



---

# **BACHELORARBEIT**

---

**Alwina Kuhn**

**Medienselektion,  
Mediendeutung und  
beabsichtigte Medienwirkung  
am Beispiel des  
Russland-Georgien-Krieges  
2008**

**Mannheim, 2011**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Medienselektion, Mediendeutung und beabsichtigte Medienwirkung am Beispiel des Russland-Georgien-Krieges 2008**

Autorin:  
**Alwina Kuhn**

Studiengang:  
**Angewandte Medienwirtschaft**

Seminargruppe:  
**AM08wS2-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer**

Zweitprüfer:  
**Dr. Volker J. Kreyher**

Einreichung:  
**Mittweida, 08.09.2011**

# **BACHELOR THESIS**

---

## **Selection, interpretation and intended impact on the example of the war between Russia and Georgia in 2008**

author:  
**Alwina Kuhn**

course of studies:  
**Applied Media**

seminar group:  
**AM08wS2-B**

first examiner:  
**Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer**

second examiner:  
**Dr. Volker J. Kreyher**

submission:  
**Mittweida, 08-09-2011**

---

## **Bibliografische Angaben**

Kuhn, Alwina:

Medienselektion, Mediendeutung und beabsichtigte Medienwirkung am Beispiel des Russland-Georgien-Krieges 2008

Selection, interpretation and intended impact of media on the example of the war between Russia and Georgia in 2008

71 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2011

## **Referat**

In dieser Bachelorarbeit wird die beabsichtigte Medienwirkung am Beispiel des Russland-Georgien-Krieges 2008 dargestellt. Zuerst wird darauf eingegangen, wie die unterschiedlichen Methoden der Medienwirkung das Denken der Einzelnen beeinflussen. Im Weiteren wird das wechselseitige Verhältnis zwischen den Massenmedien und Kriegen geschildert.

Anschließend werden die vorherrschenden Sichtweisen des Kaukasus-Krieges betrachtet. Insbesondere werden dabei die unterschiedlichen Positionen zur Deutung des Konflikts in den Medien miteinander verglichen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>VIII</b>
<b>1. Problemhorizont: Mediendarstellung und beabsichtigte Medienwirkung.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Medienselektion und Medienwirkung .....</b>	<b>3</b>
2.1 Das S-O-R-Modell.....	3
2.2 Medienselektion nach Newsfaktoren .....	4
2.2.1 Journalistische Selektion.....	4
2.2.2 Selektion der Rezipienten .....	6
2.3 Agenda-Setting .....	7
2.4 Framing.....	12
2.4.1 Framing und das Interpretationsmuster.....	12
2.4.2 Strategic Framing.....	15
2.5 Inszenierungs- und Aufmerksamkeitsmanagement.....	18
2.5.1 Bedarf nach gesellschaftlicher Anerkennung .....	18
2.5.2 Inszenierung in den Massenmedien.....	18
2.5.3 Inszenierung in der Politik .....	22
<b>3. Die Kriegsdarstellung in den Medien.....</b>	<b>27</b>
<b>4. Der Russland-Georgien-Krieg 2008 .....</b>	<b>32</b>
4.1 Der geschichtliche Hintergrund .....	34
4.2 Die Russische Sicht .....	37
4.3 Die Georgische Sicht .....	41
4.4 Die westliche Sicht auf den Kaukasuskrieg 2008 .....	46
4.4.1 Deutsche Sicht.....	46
4.4.2 Amerikanische Sicht.....	47
<b>5. Fazit: gezielte Medienselektion und gezielt hergestellte Medienwirkung .....</b>	<b>54</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>XV</b>

---

## Abkürzungsverzeichnis

MID RF	-	Das Außenministerium der Russischen Föderation
NASA	-	National Aeronautics and Space Administration (US-amerikanische Weltraumbehörde)
RIA	-	Die russische Agentur für internationale Nachrichten
S-O-R	-	Stimulus-Organismus-Response
S-R	-	Stimulus-Response

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: S-R-Modell nach Bonfadelli.....	3
Abbildung 2: S-O-R-Modell nach Bonfadelli.....	3
Abbildung 3: Die Bedeutung von Informationsquellen im Wahlkampf .....	9
Abbildung 4: Awareness-Saliency-Priorities-Modell nach Shaw und McCombs 1977 .....	11
Abbildung 5: "Buzz" Aldrin beim Spaziergang auf dem Mond am 20. Juli 1969....	21
Abbildung 6: So will Möllemann die Wahl gewinnen .....	26
Abbildung 7: Der Vietnamkrieg .....	30
Abbildung 8: The 2008 South Ossetia War .....	32
Abbildung 9: Landkarte von Georgien.....	34
Abbildung 10: Bericht aus der Onlineversion der russischen Zeitung "Izvestija" .....	37
Abbildung 11: Bericht aus der Onlineversion der russischen Zeitung „Komsomol'skaja Pravda".....	39
Abbildung 12: Bericht aus der Onlineversion der georgischen Zeitung „Ambebi“ .....	42
Abbildung 13: „5 Days of War“ .....	47
Abbildung 14: „Russia and Georgia clash over separatist region“ .....	49
Abbildung 15: „Disinformation on the war in Ossetia“ .....	51

---

# Tabellenverzeichnis

<b>Tabelle 1: Gegenüberstellung unterschiedlicher Sichtweisen zur Deutung des Konflikts.....</b>	<b>56</b>
--	-----------



## 1. Problemhorizont: Mediendarstellung und beabsichtigte Medienwirkung

In unserer Gesellschaft sind Medien nicht mehr wegzudenken. Zeitungen, Fernsehen, Rundfunk und Internet geben einen ständigen Fluss an Informationen. Das macht den Konsum von Nachrichten zu einer Selbstverständlichkeit. Die heutige Gesellschaft widmet dem massenmedialen Konsum viel Freizeit. Daher ist es leichter geworden, Menschen durch mediale Kommunikation zu beeinflussen.

In der folgenden Bachelorthesis *“Medienselektion, Mediendeutung und beabsichtigte Medienwirkung am Beispiel des Russland-Georgien-Krieges 2008“* wird gezeigt, wie über die Massenmedien die Gesellschaft beeinflusst wird und wie mit unterschiedlichen Methoden auf das Denken und Handeln des Einzelnen eingewirkt wird.

In dieser Arbeit soll gezeigt werden, wie Massenmedien mit verschiedenen Taktiken, wie der Erzeugung von Emotionalisierung und Betroffenheit oder der Inszenierung von Ereignissen, versuchen, die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf sich zu lenken, um eine gezielte Wirkung zu erzeugen. Politische Akteure müssen ihre Überzeugungskommunikation strategisch entwerfen, um öffentliche Unterstützung zu gewinnen.

Mit dem Begriff Massenmedien werden hier alle Institutionen der Gesellschaft verstanden, „die sich zu Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen“ [Luhmann 2004,10].

Auf die Dominanz von Massenmedien wird hingewiesen. Es wird erklärt, wie Massenmedien durch Selektion der Informationen besondere Themen herausfiltern, von denen angenommen wird, dass sie bei vielen Rezipienten Interesse wecken. Aus diesen Informationen bilden die Rezipienten ihre Vorstellung von der Wirklichkeit [vgl. Nolte 2005, 90].

Mit der Wirkung von Medien beschäftigen sich schon seit langer Zeit Experten. Eines der besten Beispiele für erfolgreiche Medienwirkung zeigt ein Fall aus dem Jahr 2005 - der sogenannte „Kylie-Effekt“. Die Popsängerin Kylie Minogue hatte 2005 ihre Brustkrebserkrankung bekannt gegeben. Kurz nach der Bekanntgabe der Krankheit stieg die Zahl der Vorsorgeuntersuchungen in Australien um 40 Prozent. Ein weiterer Fall aus dem Jahr 2004 zeigt ebenso die Wirkung der Medien auf die Gesellschaft. Der Tolstoi-Roman „Anna Karenina“ wurde in Amerika gerade 15.000 bis 20.000 Mal verkauft, bevor die amerikanische Talkmeisterin Oprah Winfrey das Buch als schöne Sommerlektüre dem amerikanischen Fernsehpublikum empfahl. Ab diesem Zeitpunkt stieg die Nachfrage nach dieser Lektüre stark an. Der Verkauf des 862 Seiten umfassenden Romans erhöhte sich auf 900.000 Exemplare [vgl. Jäckel 2008, 17].

Im Folgenden soll gezeigt werden, in wie fern Massenmedien und Krieg ein wechselseitiges Verhältnis führen und daraus einen hohen Nutzen für sich gewinnen.

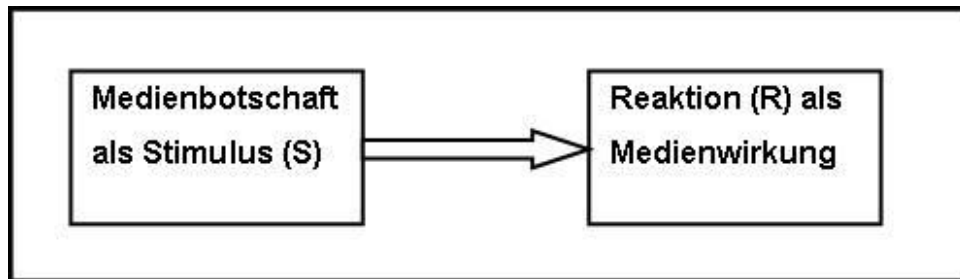
Am Beispiel des Russland-Georgien-Krieges 2008 soll die Wirkung der Medien dargestellt werden. Anhand ausgewählter Medienbeiträge werden mehrere Sichten des Konflikts erörtert.

Im Schlussteil werden die unterschiedlichen Positionen zur Deutung des Konflikts in den Massenmedien einander gegenübergestellt.

## 2. Medienselektion und Medienwirkung

### 2.1 Das S-O-R-Modell

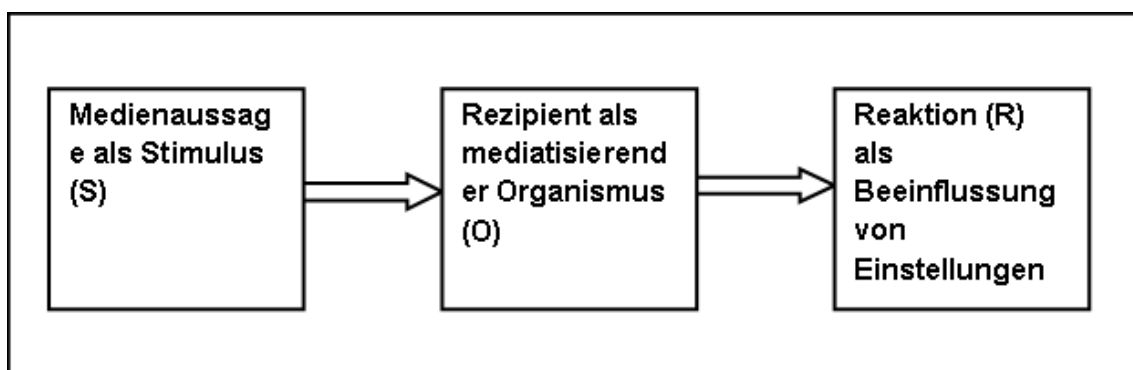
Das Stimulus-Response-Modell ist ein Modell der Medienwirkung, bei dem von einer direkten Wirkung der Massenkommunikation auf die Rezipienten ausgegangen wird.



*Abbildung 1: S-R-Modell  
Quelle: eigene Darstellung nach Bonfadelli*

Es wird die Auffassung vertreten, dass Medien als Stimuli wirken, weil sie bestimmte sorgfältig geplante Botschaften massenhaft verbreiten, die anschließend die Rezipienten erreichen. Die Rezipienten nehmen die Informationen identisch auf, speichern sie und zeigen entsprechende Reaktionen – Responses [vgl. Bonfadelli 2004, 29].

Das S-R-Modell wurde zum Stimulus-Organismus-Response (S-O-R) Modell weiterentwickelt.



*Abbildung 2: S-O-R-Modell  
Quelle: eigene Darstellung nach Bonfadelli*

In S-O-R-Modell werden Faktoren als bedeutsam angenommen, die im S-R-Modell keine Rolle spielten. Psychische Strukturen sowie die soziale Verankerung der Rezipienten werden in das Denkmodell einbezogen.

Im Gegensatz zum S-R-Modell, wird im S-O-R-Modell von einem psychischen Prozess der Rezipienten (Organismus) ausgegangen. Bestimmte Kriterien wie Emotionen, Wahrnehmung, Einstellung und Motivation werden mit einbezogen, analysiert und untersucht [medialine.de].

## **2.2 Medienselektion nach Newsfaktoren**

### **2.2.1 Journalistische Selektion**

Aufgabe von Journalisten ist es, aktuelle, relevante und für Rezipienten interessante Ereignisse und Themen für eine Berichterstattung auszuwählen. Aus einer Flut von Informationen müssen Journalisten unter Berücksichtigung von Faktoren, wie Platz in der Zeitung oder die Sendezeit für Nachrichten im Fernsehen, ihre Themen bestimmen. Journalisten können ein Ereignis an eine Nachrichtenagentur weitergeben, die diese Themen selektiert und weiterverbreitet. Ein Themenlieferant für den Journalismus sind außer Agenturen auch die PR-Abteilungen. Die PR-Branche hat sich in den letzten Jahren professionalisiert: „[...]immer mehr gesellschaftliche Akteure versuchen mit immer ausgefeilteren Methoden, ihren Anliegen über die journalistische Berichterstattung öffentliche Aufmerksamkeit und Legitimation zu verschaffen.“ [Weischenberg/Malik/Scholl 2006, 122].

Aufgrund der Flut von Pressemitteilungen entsteht ein massiver Druck auf die Journalisten [vgl. Maier 2010, 16], die aus einer großen Menge an Material das Interessante und das Wichtige herausfiltern müssen [vgl. Weischenberg 2006, 123].

Außer Agenturmeldungen und PR-Produkten sind für die Journalisten vor allem andere Medien eine zentrale Orientierungsgröße. Durch die Beobachtung der Berichterstattung anderer Medien wird sichergestellt, dass die eigene Redaktion kein wichtiges Ereignis verpasst. Die Forschung hat verschiedene Ansätze entwickelt, um festzustellen, warum Journalisten bestimmte Themen aufnehmen. Die *Nachrichtenwerttheorie* unterstellt, dass ausgewählte Ereignisse gewisse Eigenschaften zeigen, die ihren Nachrichtenwert und die Publikationswürdigkeit

bestimmen. „Der Begriff „Nachrichtenfaktoren“ bezeichnet Merkmale von Nachrichten über Ereignisse und Themen, die dazu beitragen, dass diese publikationswürdig bzw. mit nachrichtenwert versehen werden [...] Nachrichtenfaktoren wie „Schaden“ sind wissenschaftliche Konstrukte, die auf alle Ereignisse oder Themen bezogen werden können [...] Je mehr Nachrichtenfaktoren eine Nachricht aufweist, umso größer ist ihr Nachrichtenwert [...] Neben der Zahl der Nachrichtenfaktoren hat auch ihre Intensität einen Einfluss auf den Nachrichtenwert einer Meldung.“ [Kepplinger, 2008a, S.3245].

Nachrichtenfaktoren sind Ereignismerkmale, die Journalisten bei ihrer Entscheidung beeinflussen, ob überhaupt und mit welcher Aufmerksamkeit über Ereignisse berichtet wird. Ein Nachrichtenfaktor ist z. B. die *kulturelle, wirtschaftliche und politische Nähe eines Landes*, in dem ein Ereignis stattfindet. Weitere Beispiele für Nachrichtenfaktoren sind der *Status eines Ortes* oder die *Negativität eines Ereignisses* [vgl. Maier/Stengel/Marschall 2010, 18].

Die erste Studie zur Wirksamkeit von Nachrichtenfaktoren ist von 1922 von Walter Lippmann. Er identifizierte unter anderem *die Nähe (proximity, nearness)*, *die Prominenz (big names)*, *die Überraschung (oddity)* oder *den Konflikt (conflict, controversy)* als Elemente eines Nachrichtenwertes [vgl. Maier/Stengel/Marschall 2010, 30]. Østgaard nennt etwa drei Merkmale, die einen Nachrichtenfluss beeinflussen: *Vereinfachung*, in der Journalisten einfache Nachrichten bevorzugen, um es für Publikum leicht verständlich zu machen, *Identifikation*, wo er für das Publikum Identifikationsmöglichkeit gibt, und *Sensationalismus*, wo die Medien bestimmte Nachrichten in den Vordergrund rücken, die Emotionalität und Dramatik beinhalten [vgl. Maier/Stengel/Marschall 2010, 33].

Galtung und Ruge haben 1965 empirische Studien durchgeführt. Auch Sande 1971, Schulz 1976, Staab 1990 und Eilders 1997 haben die Wirksamkeit von Nachrichtenfaktoren bei der journalistischen Selektion untersucht. Eilders behauptet, dass solche Nachrichtenfaktoren wie *Reichweite, Prominenz, Streitfragen* auch seit neuestem *Sex und Erotik* einen positiven Einfluss auf den

journalistischen Beachtungsgrad haben. Das bedeutet, dass die entsprechenden Artikel länger sind und in ihrer Gestaltung hervorgehoben werden [vgl. Maier/Strengel/Marschall 2010, 79].

### 2.2.2 Selektion der Rezipienten

Es wird davon ausgegangen, dass Nachrichtenfaktoren nicht nur für die journalistische Themenauswahl ausschlaggebend sind, sondern auch für die Selektion der Rezipienten eine entscheidende Rolle spielen. Schon in ihren grundlegenden Publikationen zur Nachrichtenwerttheorie weisen Østgard (1965) und auch Galtung und Ruge (1965) auf die Identität zwischen journalistischer und Rezipienten -selektion hin [vgl. Maier/Strengel/Marschall 2010, 85].

Die Nachrichtenfaktoren sind also die Ereignisseigenschaften, die hauptsächlich die Aufmerksamkeit der Rezipienten erregen. Østgard (1965) behauptet, dass die Nachrichtenfaktoren „Vereinfachung, Identifikation und Sensationalismus“ die Journalisten ebenso wie die Rezipienten emotional ansprechen und ihre Aufmerksamkeit wecken. Galtung und Ruge (1965) haben bereits eine Differenzierung zwischen allgemeinen wahrnehmungspsychologischen Mechanismen sowie kulturellen Einflussfaktoren erkannt. Später hat Schoemaker (1996) die These aufgestellt, dass das Interesse an Informationen über die Umwelt sowohl biologisch als auch kulturell begründet ist. Eilders und Wirth haben diese Überlegungen theoretisch weiterentwickelt. Die theoretischen Ansätze lassen sich systematisieren: „Wahrnehmungspsychologische Begründungen: Selektive Wahrnehmungen, Informationsverarbeitung und -erinnerung.“ [Maier/Strengel/Marschall 2010, 85].

Theorien der selektiven Wahrnehmung erklären, wie Menschen aus einer Flut von Umweltreizen, diejenigen herausfiltern, die für sie von Bedeutung sind. Diese Theorien heben darauf ab, dass es rational ist, nur die *relevanten* Informationen auszuwählen. Die Auswahl wird durch bestimmte Merkmale, die die Ereignisse als subjektiv bedeutsam charakterisieren, beeinflusst. Nachrichtenfaktoren können als solche Ereignisse dienen [vgl. Lippmann 1922, 230ff.]. Nachrichtenfaktoren, wie örtliche, politische oder kulturelle Nähe, Überraschung

oder Sex and Crime, die für Journalisten als wichtig erscheinen, sind auch für die Rezipienten interessant.

## 2.3 Agenda-Setting

Bis Ende der 1960er Jahre beschäftigte sich die Medienwirkungsforschung nur mit der Frage, ob Massenmedien das Verhalten und die Einstellung der Rezipienten verändern und in wie fern diese Veränderung zu beurteilen ist. Solche Effekte waren bei vielen empirischen Studien nicht erkennbar. Aus diesem Grund suchten Forscher nach anderen Theorien. Maxwell McCombs und Donald Shaw entwickelten die Theorie, der *Agenda-Setting* [vgl. Maurer 2010, 10].

Die Kernfrage des Agenda-Setting-Modells lautet: „*What to think about?*“ – *worüber nachdenken?* Der Sinn dieser Frage ist, dass Medien bestimmte Ereignisse und Themen bevorzugt behandeln, um einen Eindruck zu vermitteln, was wichtig ist. Bestimmte Themen werden hervorgehoben und als Priorität angesehen, andere Bereiche werden als wichtig interpretiert und gegenüber den anderen favorisiert. Die Konzentration der Medien auf konkret ausgewählte Themen trägt dazu bei, dass gerade diese Themen in der Öffentlichkeit als interessant, relevant und besonders wichtig angesehen werden. Entspricht es der Wahrheit, dass Medien der Öffentlichkeit vorschreiben, „*what to think about?*“ Haben Medien einen Einfluss auf die Realitätsvorstellung der Gesellschaft? Die Agenda-Setting-Forschung belegt, dass die Medien eine starke Wirkung auf die Vorstellung von der Realität und auf die Themenpriorität in der Öffentlichkeit haben [vgl. Schenk 2007, 66]. „While the mass media may have little influence on the direction or intensity of attitudes, it is hypothesized that mass media set the agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes towards the political issues.“ [McCombs/Shaw 1972, 177].

Nach dem Agenda-Setting-Ansatz sortieren Rezipienten politische Themen (Issues) in einer Art interner Prioritätsliste nach ihrer Relevanz, die als *Publi-kums- oder Bevölkerungsagenda* bezeichnet wird. In diesem Zusammenhang wird der englische Begriff „issue“ als ein Problem oder als eine Streitfrage in der

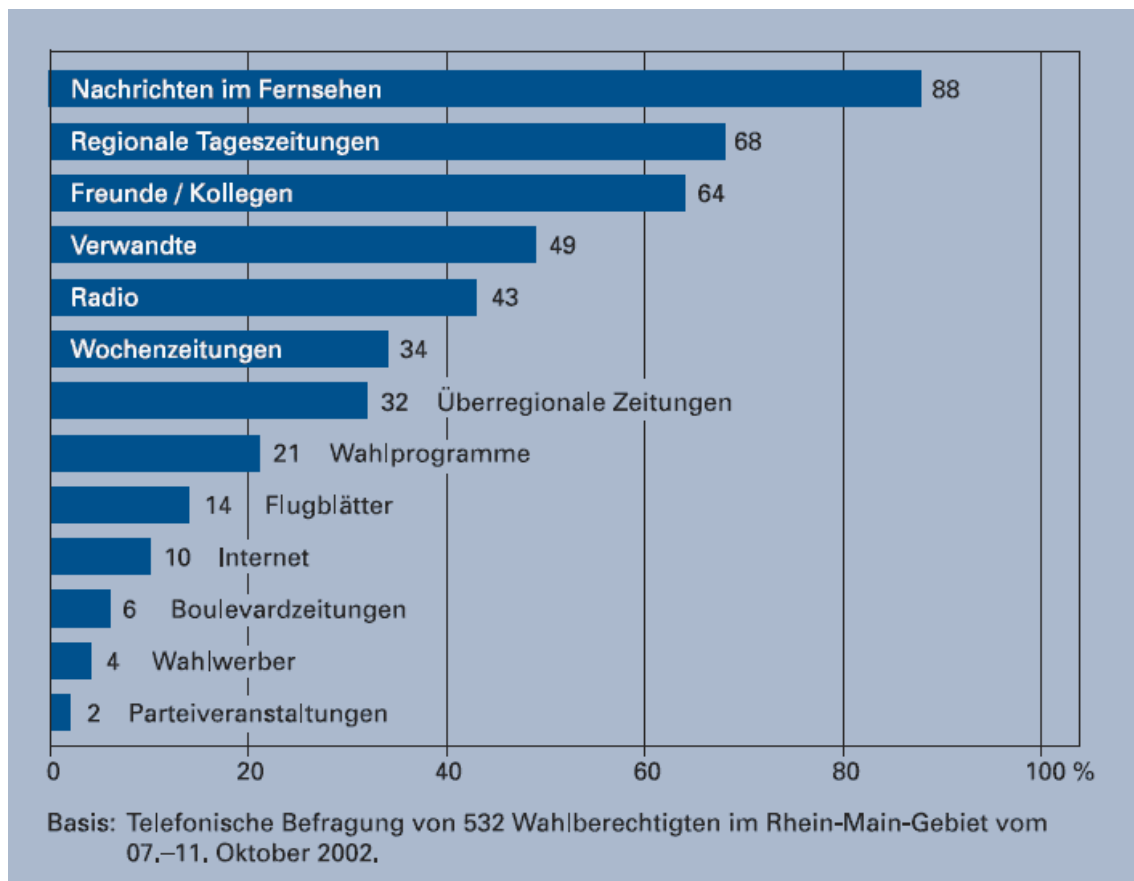
Politik angesehen. Die „issues“ bzw. die Themen sind im Sinne der Agenda-Setting-Forschung bestimmte Politikfelder [vgl. Maurer 2010, 10/11].

Die Rangfolge der Themenverteilung in den Medien wird als *Medienagenda* bezeichnet. Der Agenda-Setting-Ansatz unterstellt eine Wirkung der Medienagenda auf die Rezipienten (Publikumsagenda). Wenn Medien bevorzugt über Arbeitslosigkeit berichten, hält die Bevölkerung die Arbeitslosigkeit für das Hauptproblem [vgl. Maurer 2010, 11].

Die dritte Agenda, die Agenda der *politischen Akteure* – *Policy-Agenda* untersucht die Frage, welche Wirkung politische Akteure auf die Publikumsagenda und die Medienagenda haben [vgl. Maurer 2010, 11].

Die Annahme, dass die Medienagenda einen Einfluss auf die Bevölkerungsagenda ausübt, lässt sich verifizieren. Mehrere Studien behaupten, dass Rezipienten sich über die Politik weder aus politischen Informationsquellen noch durch Gespräche mit anderen Menschen informieren. Die Hauptinformationsquelle sind die Massenmedien. Auf dem ersten Platz stehen die Fernsehnachrichten, gefolgt von Zeitungsberichten [vgl. Abb. 3] [vgl. Maurer 2010, 12].





**Abbildung 3: Die Bedeutung von Informationsquellen im Wahlkampf**

Quelle: [http://192.68.214.70/blz/eup/02\\_05/13.asp](http://192.68.214.70/blz/eup/02_05/13.asp)

Die meisten politischen Informationen erhalten Rezipienten aus den Massenmedien und übernehmen diese ziemlich unverändert. Das bedeutet aber nicht, dass sie sich die Medienagenda auch zu Eigen machen. „Lerntheoretische Ansätze gehen davon aus, dass Lernen auf der Verbindung von Reizen und Reaktionen beruht, und sind in diesem Sinne relativ einfache Stimulus-Response-Modelle. Dabei wird ein bestimmtes Verhalten gelernt, wenn auf das (zufällige) Zusammentreffen eines Reizes und einer Reaktion eine Belohnung der Reaktion erfolgt[...]Voraussetzung für den Lernerfolg ist die Aufmerksamkeit[...]“ [Maurer 2010, 13].

Die Belohnung im Falle des Agenda-Setting-Effekts ist in diesem Fall ein rechtzeitiges Erkennen des relevanten Problems oder die soziale Integration. Nur derjenige, der weiß welche Probleme den gesellschaftlichen Diskurs dominieren, kann sich in der Öffentlichkeit äußern und mitreden.

Es gibt viele Themen worüber Massemedien berichten: die Wirtschaftslage, der Zustand der Umwelt, der Schutz vor Kriminalität usw. Da jedes Thema für jeden einzelnen Rezipienten als wichtig erscheint, müssten die Menschen allen Themen gleiche Aufmerksamkeit widmen. Nach dem Agenda-Setting-Ansatz kann man nur eine bestimmte Anzahl an Informationen aufnehmen und verarbeiten. Meistens sind das Themen, die für jeden kognitiv leicht zugänglich sind und über die am meisten in den Medien berichtet wird. „Agenda-Setting setzt voraus, dass die Medien – über einen gewissen Zeitpunkt hinweg – ein einheitliches Nachrichtenbild vermitteln.“ [Schenk 2007, 444].

Wenn Massenmedien über ein bestimmtes Thema nicht mehr berichten, verschwindet das Thema auch aus dem Bewusstsein des Menschen. Die Bevölkerungsagenda nimmt die Themen als wichtig, die in der Medienagenda hervorgehoben werden.

McComb und Shaw unterscheiden drei aufeinander aufbauende Modelle der Agenda-Setting-Forschung [vgl. Abb. 4]:

- **Das Awareness-Modell (Aufmerksamkeitsmodell)**

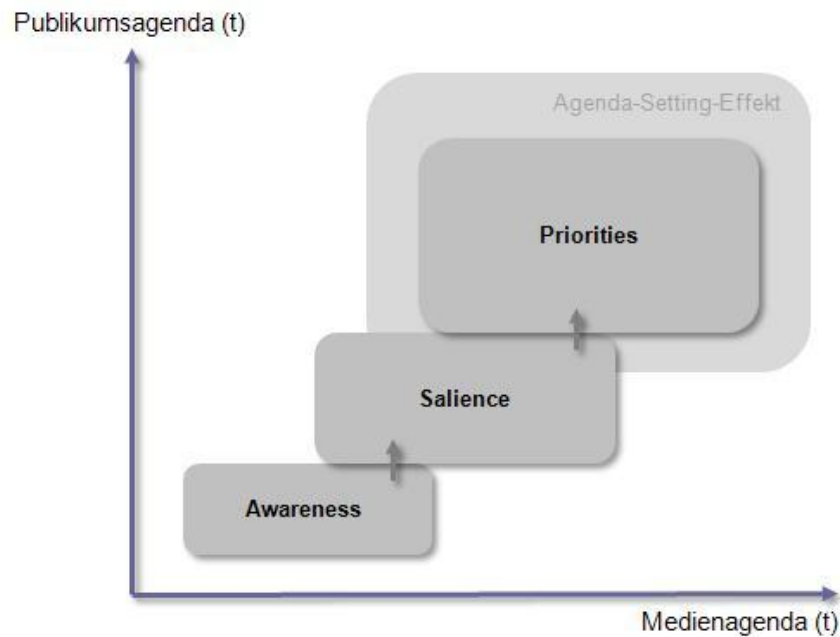
Dabei handelt es sich um das einfachste Modell, in dem angenommen wird, dass die Rezipienten auf bestimmte Themen aufmerksam werden, weil sie in den Medien behandelt werden.

- **Das Salience-Modell (Thematisierungsmodell)**

In diesem Modell wird es angenommen, dass von den Medien verschieden hervorgehobene Themen auch in der Bevölkerung unterschiedlich wichtig verarbeitet werden.

- **Das Priorities-Modell (Themenstrukturierungsmodell)**

Hier wird angenommen, dass die Themen-Rangfolge der Medienagenda sich in der Themen-Rangfolge der Publikumsagenda widerspiegelt.



**Abbildung 4: Awareness-Salience-Priorities-Modell nach Shaw und McCombs 1977**

Quelle: <http://blog.zeit.de/zweitstimme/2011/03/08/agenda-setting-und-soziale-medien-%E2%80%93-der-fall-guttenbergs>

Durch den Agenda-Setting-Ansatz wird die Wirkung der Medienagenda auf die Publikumsagenda und der Einfluss der Medien auf die Rezipienten verständlich gemacht.

## Second-Level Agenda Setting

Der Agenda-Setting-Ansatz (First Level) will verständlich machen, dass Massenmedien einen Einfluss darauf haben, über was die Rezipienten denken „what to think about“. Die zweite Ebene (Second Level) des Agenda-Setting-Ansatzes versucht zu verstehen, wie über etwas nachgedacht wird - „how to think about?“[vgl. Schenk 2007, 437].

Auf der ersten Ebene der Agenda-Setting wird die Vorstellung davon geprägt, wie relevant die Themen sind. Auf der zweiten Ebene wird über die Attribute nachgedacht, die von den Medien in Vordergrund gestellt werden. Zum Beispiel, wenn Medien über die negativen Eigenschaften bzw. Attribute eines Politikers berichten (inkompetent, unzuverlässig), werden die Meinungen und Urteile der Rezipienten negativ geprägt [vgl. Maurer 2010, 69].

## 2.4 Framing

### 2.4.1 Framing und das Interpretationsmuster

Ein „Frame“ ist ein Bezugs- oder Interpretationsmuster, das die Informationsverarbeitung erleichtert.

Mit dem Ansatz des Second-Level-Agenda-Settings ist der Ansatz des Framings eng verknüpft. „Framing bedeutet, dass Journalisten wie Rezipienten Ereignisse und Themen in bestimmte Interpretationsrahmen stellen, so dass sie zu ganz bestimmten Urteilen kommen.“ [Brosius 1997, 34].

Unter einem „Medien-Frame“ versteht man einen: „[...]Prozess, durch den ein spezielles Thema oder Problem mittels Attribuierung bestimmter Merkmale und Betonung einzelner thematischer Aspekte in den Medien genauer definiert und in dieser Form dem Publikum vermittelt wird.“ [Scherer 1998, 651].

Experten haben versucht das Konzept „Medien-Frame“ zu definieren. In den meisten Definitionen ist die Hervorhebung gleicher Aspekte zu erkennen, die Reese in seiner Definition betont. „Frames are *organizing principles* that are socially *shared* and *persistent* over time, that work *symbolically* to meaningfully *structure* the social world.“ [Reese 2001, 11].

- „Organisation: Die Informationen über ein Thema organisiert, und zwar so, dass das Denken über ein Problem bzw. Thema auf eine ganz bestimmte Weise oder aus einer spezifischen Perspektive erfolgt.
- Prinzip: Die Organisation der Information zur Sache basiert auf einem abstrakten ganzheitlichen Prinzip. Dem manifesten Text liegt somit eine latente Tiefenstruktur zugrunde.
- Geteilt: Damit das Frame bedeutsam und kommunizierbar wird, bedarf es sozial geteilter Auffassung bezüglich gewisser Gemeinsamkeiten.
- Überdauernd: Die Relevanz der Frames äußert sich darin, dass sie in zeitlicher Hinsicht die Kommunikation überdauern.
- Symbolisch: Frames äußern sich in symbolischen Ausdrucksformen.

- Struktur: Frames organisieren, indem die Information nach identifizierbaren Mustern strukturiert ist, allerdings in variierender Komplexität“ [Bonfadelli 2002, 147].

Zum Verständnis der Realität, über die berichtet wird, greifen Journalisten auf *Frames* zurück. Sie heben bestimmte Gesichtspunkte des Ereignisses zur Strukturierung ihrer Texte hervor, während andere entweder im Hintergrund bleiben oder ganz verloren gehen. Das Hauptziel der Frame-Forschung besteht darin, die Auswahlprinzipien der Massenmedien zu identifizieren um später die Strukturierung der Berichterstattung zu erkennen. Fundament dafür bilden Inhaltsanalysen von aktuellen Meldungen von Nachrichten bis zum Wissenschaftsjournalismus.

In der Wissenschaftsberichterstattung diskutiert Hans Peters (1994) über Faktoren wie Aktualität, Legitimität, redaktionelle Kompetenz sowie Frames. Frames sind für Peters „Vorurteile über die Struktur der Wirklichkeit“ [Peters 1994]. In Wissenschaftsberichterstattung unterscheidet er vier Frames: Popularisierungsframe, Orientierungsframe, Kontroverse-Frame und Skandal-Frame.

Tamar Liebes (1992) vergleicht die Kriegsberichterstattung über „Intifada“ mit der Kriegsberichterstattung über den „Golf-Krieg“ im israelischen und US-Fernsehen und findet verschiedene „Framing-Mechanismen“.

„*Excising*“: In der Berichterstattung des US-Fernsehen während des Golf-Krieges wurde die „Irak-Seite“ nicht gezeigt, genau wie in der israelischen Intifada-Berichterstattung wurde die gegnerische Seite ausgeblendet. Das US-Fernsehen zeigte aber umgekehrt beide Seiten, wobei die Palästinenser im Vordergrund standen.

„*Sanitizing*“: Der Golf-Krieg wurde als „sauberer“ Krieg ohne sichtbaren Opfer gezeigt. Im israelischen Fernsehen wurden nur israelische Opfer gezeigt, während im US-Fernsehen mehr über die Intifada berichtet wurde.

„*Equalizing*“: Es wird durch die Berichterstattung eine Gleichheit der Bedrohung in beiden Fällen konstruiert. In der US-Berichterstattung wird die Bedrohung der USA durch den Irak gezeigt und im israelischen TV durch die Palästinenser. Allerdings gilt das nicht für die US-Berichterstattung über die Intifada.

„*Personalizing*“: In der israelischen Berichterstattung wurden die eigenen Opfer personalisiert und die Opfer auf der gegnerischer Seite anonym belassen.

„*Demonizing*“: Während des Golf-Krieges dominierten im US-TV Ausdrücke wie das „Gute“ gegen das „Böse“. Im israelischen Fernsehen wurden die Palästinenser dämonisiert, während das US-Fernsehen eher die israelischen Soldaten als schwer bewaffnet und brutal zeigt.

„*Contextualizing*“: Da meist kaum Vorwissen über die Gegenseite besteht, wird immer mehr Kontext über sie geliefert. Z.B. wurden im israelischen Fernsehen die Kämpfe als Rituale dargestellt.

Aus diesen „Framing Mechanismen“ ist sichtbar, dass das journalistische System den „eigenen“ Krieg aus einer anderen Perspektive behandelt, als den Krieg der „anderen“ [vgl. Bonfadelli 2002, 152].

Aus den Medien-Frames ist der Versuch der Beeinflussung erkennbar. Indem Massenmedien auf *Frames* zurückgreifen, heben sie bestimmte Aspekte des Ereignisses zur Strukturierung ihrer Texte hervor, während andere im Hintergrund bleiben.

### 2.4.2 Strategic Framing

Die Überlebensfähigkeit eines politischen Systems ist von mehreren Einflussfaktoren abhängig. Einerseits braucht es eine sozialpolitische Legitimation durch Wahlen, andererseits Ressourcen in Form von Steuereinnahmen. Selbstverständlich muss ein politisches System auch die an dieses gestellten Anforderungen erfüllen.

Der Einfluss der Öffentlichkeit spielt eine bedeutende Rolle, vor allem in den frühen Phasen des politischen Prozesses. Dabei müssen politische Akteure, um eine öffentliche Unterstützung zu gewinnen, eine Überzeugungskommunikation entwickeln und diese strategisch planen. Zur Planung der strategischen politischen Kommunikation ist die Anwendung von sozialwissenschaftlichen „Framing“-Konzepten empfehlenswert.

Das Verhalten der Öffentlichkeit ist nicht nach dem einfachen Reiz-Reaktion-Model zu betrachten. Nach den Annahmen der kognitiven Sozialpsychologie vermittelt es Klassifizierung und Charakterisierung durch komplizierte Prozesse der Auffassung. Bestimmte kognitive „Skripten und Schemata steuern unsere Individuellen Deutungsanstrengungen und Verhaltensmuster.“ [Baringhorst 2004, 77].

Informationen werden von Individuen nach vorhandenen kognitiven Schemata selektiert und können von ihnen aufgenommen werden. Individuen filtern jede Menge von Informationen und Zeichen und lassen die öffentliche Welt zu einer konsistenten Realität werden. Je unbegrenzter der Flut an Informationen erscheint, desto notwendiger wird die „Orientierungs- und Ordnungsfunktion symbolisch vermittelter Deutungsmuster oder „frames.“ [Baringhorst 2004, 77].

Kognitive Deutungsrahmen helfen den Rezipienten bei den Problemdefinitionen und –interpretationen und schlagen bestimmte Handlungsmöglichkeiten zu den Problemlösungen vor. Bei einer politischen Kommunikation beziehen sich politische Akteure bei ihren Problemstellungen und -lösungen auf die gesellschaftlich vorhandenen *kollektiven Deutungsmuster*. Je größer die Übereinstimmung

zwischen den politischen Akteuren und der gesellschaftlichen Zielgruppe ist, desto größer erscheint der *Mobilisierungseffekt*, gemessen an der Anzahl der politischen Unterstützer.

Snow und Benford behaupten, dass politische und soziale Mobilisierungen an die erfolgreiche *Mobilisierung öffentlicher Meinung* gebunden sind. Drei Deutungsdimensionen sind die Voraussetzung für die Durchsetzung von Deutungsstrategien für die erfolgreiche Mobilisierung öffentlicher Meinung.

- ❖ Die erste Ebene ist das „diagnostic framing“, d.h. es erfolgt eine Problemselektion, Problemidentifikation und die Definition von Problemursachen. Außerdem wird die Gewichtung von politischen, sozialen, ökonomischen oder moralischen Faktoren bestimmt [vgl. Snow/Bernford 1988, 200].
- ❖ Das „prognostic framing“ ist die zweite Ebene, auf der erstmals Lösungsvorschläge vorgestellt werden und dann die Handlungsziele und Handlungsstrategien identifiziert werden [vgl. Snow/Bernford 1988, 201].
- ❖ Die dritte Ebene ist das „motivational framing“. Hier geht es um die Bestimmung von Anreizen zur Förderung der individuellen Handlungsbereitschaft der Rezipienten [vgl. Snow/Bernford 1988, 202f.].

Politische Kommunikation im Sinne der strategischen Beeinflussung der Öffentlichkeit führt nur dann zum Erfolg, wenn es gelingt, die Handlungskompetenz und Glaubwürdigkeit des politischen Kandidaten oder der politischen Partei auszuweisen [vgl. Baringhorst 2004, 78].

Ein politisches Problem wird nur dann in der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen, wenn es gelingt, die Aufmerksamkeit der Presseagenturen und Journalisten zu erregen. Wichtig ist, die komplizierte Problematik auf kurze und eindrucksvolle Begriffe zu bringen, wie Globalisierung, Krieg, AIDS und Rassismus. „Im Sinne des „diagnostic framing“ der Deutung von Problemursachen und Verantwortlichen, hat sich die Ausnutzung von Kenntnissen der Theorie der kognitiven Dissonanz als besonders hilfreich erwiesen.“ [Baringhorst 2004, 79].



Grundsätzlich versuchen Menschen kognitive Dissonanz zu vermeiden. Aus diesem Grund wird in der Regel eine Unstimmigkeit zwischen Thema und Wert aufgezeigt, um ein Thema zu problematisieren und die Skandalisierungschancen zu erhöhen. Das heißt, um die öffentliche Meinung erfolgreich zu mobilisieren, müssen die Themen in Massenmedien so normativ aufgeladen werden, dass im Bewusstsein der Rezipienten negative Gefühle entstehen. Die emotionale Aufladung steht im Mittelpunkt.

Ein wesentlicher Teil des Erfolgs von Framing-Strategien hängt davon ab, wie wichtig die thematisierten Werte für die Zielgruppe sind. Werte wie „Gerechtigkeit“ und „Frieden“ stehen oben in der Rangliste der Wichtigkeit. Als höchstes Prinzip des individuellen und kollektiven Handelns wird außer dem Streben nach Gerechtigkeit und Frieden auch das Streben nach Überlebenssicherung angesehen.

Es reicht aber nicht die Themen als politisches Problem zu gestalten, normativ aufzuladen und den Kandidaten Glaubwürdigkeit zuzuweisen. Den Rezipienten muss das Problem entweder durch eigene Initiative oder durch kollektives Handeln als lösbar erscheinen. Darüber hinaus geht es bei der öffentlichen Mobilisierung um die Erzeugung eines Gefühls der Zusammengehörigkeit. Dadurch bekommen Menschen die Chance zur Teilnahme an einer Veranstaltung, die sie miteinander verbindet [vgl. Baringhorst 2004, 86].

Politiker müssen, um eine erfolgreiche Überzeugungskommunikation zu leisten nicht nur glaubwürdig wirken, sondern auch ihre Deutungsangebote entsprechend differenzieren: „Eine Überzeugungskommunikation sollte ihre Deutungsangebote so differenzieren, dass die Wahrnehmungsfiler und Handlungslogiken von politischen Eliten, Massenmedien und lokalen Organisationen und Organisationsnetzwerken in aufeinander abgestimmten Kommunikationskonzepten Berücksichtigung finden.“ [Baringhorst 2004, 86].

## **2.5 Inszenierungs- und Aufmerksamkeitsmanagement**

### **2.5.1 Bedarf nach gesellschaftlicher Anerkennung**

Die Massenmedien nehmen in der Wirklichkeitskonstruktion eine Schlüsselrolle ein. Das heißt, Medien sind in der Lage, Aufmerksamkeit zu erzeugen. „Die Identität eines Menschen konstituiert sich über die Anerkennung des Selbstwertes durch Massenmedien. Menschen sind deswegen permanent bestrebt, sich der Anerkennung anderer zu versichern.“ [Nolte 2005, 11].

Es wird nach Aufmerksamkeit, gesellschaftlicher Akzeptanz und Anerkennung gestrebt. Da menschliche Aufmerksamkeit biologisch begrenzt ist, haben Massenmedien durch ein Überangebot an Rezeptionsoptionen zu einer sehr starken Verknappung der Ressource Aufmerksamkeit geführt [vgl. Nolte 2005, 13].

Heutzutage scheint die Aufmerksamkeit die Anerkennung zu sein – nicht nur im System der Massenmedien entfalten die Mechanismen ihre Funktionslogik, sondern auch in der Wirtschaft und Politik. Unterschiedliche gesellschaftliche Prozesse werden mithilfe des Aufmerksamkeitsmanagements gesteuert, des s.g. Steuerungsmechanismus. „Es geht nicht länger um oberflächliche Gewinn- und Verlustüberträge, sondern darum, dass unübersehbar deutlich wird, in welchem Ausmaß Aufmerksamkeiten und das Management von Aufmerksamkeitsbindung in allen Dimensionen zum sozialen Steuerungsmechanismus der Mediengesellschaften geworden sind.“ [heise.de 12.2000].

### **2.5.2 Inszenierung in den Massenmedien**

Ulrich Sarcinelli spricht in seinem Werk „Politische Inszenierung im Kontext des aktuellen Politikvermittlungsgeschäfts“, vom „Zeitalter der Visualisierung“ [Sarcinelli 1998, 151] - und das mit gutem Grund. Die Wirklichkeitskonstruktion wird von Individuen einer Gesellschaft hauptsächlich via Massenmedien geleitet, vor allem durch das Fernsehen. Das Fernsehen nimmt eine dominante Position im Gegensatz zu anderen Informationsquellen ein.

Heutzutage besteht die Möglichkeit, diverses Wissen zu erlangen, meistens über die Massenmedien. „Heute wird die Erarbeitung von Wissen zum Großteil spezialisierten Experten übertragen, die Auswahl und Aufbereitung den Massenmedien anvertraut. Dieses medial vermittelte Wissen wird selten aus eigener Erfahrung oder Erarbeitung gewusst, man bildet sich lediglich eine Meinung dazu.“ [Nolte 2005, 77].

Da die Aufmerksamkeit knapp ist und Menschen nur ein Bruchteil des Gesehenen oder Gehörten realisieren können, versuchen die Massenmedien die Aufmerksamkeit für sich zu gewinnen. Aufmerksamkeitsmaximierung ist das Ziel der Massenmedien [vgl. Nolte 2005, 87].

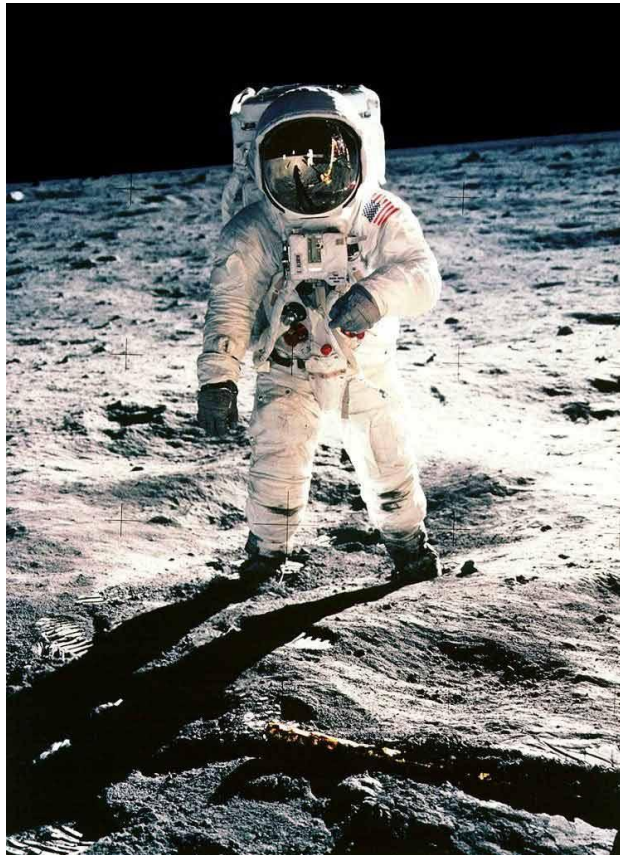
Ereignisse werden nur dann zu einer Nachricht, wenn sie als eine Aktion dargestellt werden, die einen bestimmten Anteil an Dramatik beinhaltet und dafür geeignet ist, etwas Kompliziertes als etwas Einfaches darzustellen. „Im wesentlichen sind es „Aufmerksamkeitsregeln“, die den Medienprozess in Gang halten. Und wir kennen diese Regeln aus sog. Nachrichtenwertforschung recht genau: Neuigkeitswert, Negativismus, Skandalträchtigkeit, Prominenz, Konflikt, Betroffenheit, die Ausnahmen und nicht die Normalfälle, das sind solche Aufmerksamkeitswerte, nach denen sich der Medienprozess vor allem richtet.“ [Sarcinelli 1998, 153].

Alles was Aufmerksamkeit erzeugt, kann ein Thema werden. Da Aufmerksamkeit wegen steigender Informationsmenge sinkt, wird manchmal die Aufmerksamkeit durch andere Möglichkeiten erzeugt, wie z.B. durch Tabubrüche.

Niklas Luhmann äußert sich in dem Buch „Die Realität der Massenmedien“ darüber, dass Massenmedien einen bestimmten Hintergrund für Kommunikation liefern, indem sie bestimmte Themen in Umlauf bringen, die einen gemeinsamen Wissensstand etablieren. „Weil die Massenmedien eine Hintergrundrealität erzeugt haben, von der man ausgehen kann, kann man davon abheben und sich mit persönlichen Meinung, Zukunftseinschätzungen, Vorlieben usw. profilieren.“ [Luhmann 1996, 120].

Aber es ist sehr fragwürdig, ob die „Realität“, die von Massenmedien an uns geliefert wird, auch tatsächlich der Wahrheit entspricht. Mit aller Vorsicht sollen hier die Überlegungen von Gerd Strohmeier zur Wirklichkeitskonstruktion der Medien bei der Mondlandung 1969 ausgeführt werden. Verschwörungstheoretiker haben immer eine andere Version der Realität. Eines der besten Beispiele dafür ist die Mondlandung von 21.07.1969. Damals wurde ein Traum Wirklichkeit, als Neil Armstrong – amerikanischer Testpilot und Astronaut - als erster Mensch den Mond betrat. Zufolge der Verschwörungstheoretiker war die erste Mondlandung eine reine *Inszenierung*. „Apollo 11“ wurde zwar ins All geschickt, aber die erste Mondlandung „hätte jedoch nicht auf dem Mond, sondern in einem unterirdischen Studio in der Wüste Nevadas stattgefunden. Schließlich wollte die USA nach dem „Sputnikschock“ unbedingt offiziell vor der Sowjetunion den Mond „erobern“.“ [Strohmeier 2004, 101].

Verschwörungstheoretiker versuchen anhand der von der NASA vorgelegten Bilder, die Inszenierung der Mondlandung zu beweisen. Sie argumentieren z.B. damit, dass auf keinem der Mondlandungsbilder Sterne zu sehen sind [vgl. Abb. 5], obwohl sie wegen der fehlenden Atmosphäre immer hätten sichtbar sein müssen. Die Erklärung der NASA beinhaltet folgendes: der Kontrastumfang der Filme war nicht ausreichend genug, um Sterne am Mondhimmel auf Zelluloid zu bannen. Schließlich sollte dafür ein so langer Belichtungszeitraum gewählt werden, dass die Astronauten komplett überbelichtet wären [vgl. [spiegel online 37/2003](#)].



**Abbildung 5 "Buzz" Aldrin beim Spaziergang auf dem Mond am 20. Juli 1969**

**Quelle: <http://www.apolloprojekt.de/www.apolloprojekt.de/bilder/11aldrin.jpg>**

Dieses Beispiel zeigt, dass Massenmedien eine „Realität“ vermitteln, die nicht unbedingt mit der Tatsache übereinstimmen muss. Außerdem beweist es, dass Massenmedien nicht nur beeinflussen, sondern auch beeinflusst werden, weil auch sie nicht immer wissen was der Tatsache entspricht. „Weder die Fernsehanstalten noch Hörfunksender noch Zeitungen wussten 1969, ob die ihnen gelieferten Beweise für die erste Mondlandung authentisch waren oder nicht. Fakt ist, dass die erste Mondlandung für die Massenmedien genauso wie für deren Publikum ein nicht nachprüfbares Ereignis darstellte.“ [Strohmeier 2004, 104].

### 2.5.3 Inszenierung in der Politik

Nur derjenige, der die Mehrheit der Bürger von seiner Politik überzeugen kann, kann auch regieren. Politik muss begründet und präsentiert werden und die Voraussetzung dafür ist die Aufmerksamkeit. Politische Kommunikation hat sich wegen der Kommerzialisierung der Massenmedien und steigender Kommunikationsgeschwindigkeit stark verändert. Für politische Akteure ist es zwingend notwendig ein hervorragendes Kommunikationsmanagement und Marketing zu betreiben. Heutzutage findet ein professionalisiertes Kampagnen-Management statt, um für politische Inhalte zu werben und Zustimmung zu erhalten. Damit der Wahlkampf erfolgreich läuft, übernehmen externe Wahlkampf-Manager, die Werbefachleute sind, die Koordination. Der Wahlkampf wird auf hohem Niveau inszeniert, koordiniert und orientiert sich an den Ergebnissen der Markt- und Meinungsforschung. Politik muss sich den Funktionsprinzipien der Medien anpassen - indem sie statt des langen Diskurses sich an das aktuelle Zeitschema der Medien anpasst [vgl. Nolte 2005, 123].

Eine entscheidende Rolle in der Politik spielt die öffentliche Meinung. Durch Kommunikation werden in der Öffentlichkeit Informationen ausgetauscht. Somit stellt sie aus politischer Sicht idealerweise einen Raum dar, in der gesellschaftspolitische Themen diskutiert werden. „Gegenstand öffentlicher Meinung kann nur werden, was „Thema“ ist, sprich, was auf Basis von Nachrichtenfaktoren von den Medien aufgegriffen und den Rezipienten zugänglich gemacht wird“. [Nolte 2005, 126].

Politische Parteien versuchen durch Öffentlichkeitsarbeit die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Um das zu erreichen, müssen sie Aufmerksamkeit erzeugen. Da für die meisten Menschen Politik nicht zu dem Hauptinteressenfeld zählt, wird sie mit Spannung und Dramatik verdichtet, um neben den Unterhaltungsangeboten bestehen zu können. Politik wird unpolitischer, weil sie mit Konsum und Unterhaltung konkurrieren muss, um kollektive Aufmerksamkeit zu erreichen. „Die Kommunikation der politischen Elite hat sich gewandelt. Die Währung in der Mediengesellschaft ist nicht mehr Macht, sondern Aufmerksamkeit. Die Schauseite der Politik gewinnt mehr und mehr an Bedeutung, weil

nur die Show Aufmerksamkeit garantiert. Aufmerksamkeit wird immer weniger diskursiv und immer stärker ikonisch erzeugt, so dass von einer ikonischen Öffentlichkeit gesprochen werden kann. Die Rolle der Images und Bilder ist es, Aufmerksamkeit zu erregen, um so den öffentlichen Themendiskurs zu steuern, sei es, um die eigene Agenda zu propagieren oder von den Themen der politischen Kommunikation abzulenken.“ [Müller 1998, 136].

In den Zeiten knapper Aufmerksamkeit muss Politik verschiedene Bedingungen des Aufmerksamkeitsmanagements erfüllen um erfolgreich zu sein: sie muss dramatischer, einfacher und aktionshaltiger wirken - also *inszenieren* können.

Die Inszenierung an sich ist einer der Schwerpunkte in der Theatralität, die in Anlehnung an das Bühnenmodell eine Form der Darstellung beschreibt, die spezifische Dramatisierungsfunktionen in den unterschiedlichen Kontexten aufweist. In der Politik wird der Begriff „Inszenierung“ meistens in eine negative Verbindung gebracht und meist dafür benutzt, um ein bestimmtes Verhalten von Politikern zu kritisieren [vgl. Schicha 2004, 115].

Politische Inszenierungen sind überall in den Medien zu sehen und haben durch das Leitmedium Fernsehen stark zugenommen. Zum Beispiel, das Händeschütteln zwischen George Bush und Gerhard Schröder nach ihrer Uneinigkeit zur Irakpolitik inszeniert die Versöhnung und wirkt auch glaubwürdig. Für die bessere Berichterstattung in den Massenmedien sind Mittel der Inszenierung und Darstellung entstanden. Die Mittel der Emotionalisierung, Symbolisierung, Visualisierung und Vereinfachung werden eingesetzt, um für den Rezipienten das Programm einfacher und interessanter zu gestalten [vgl. Nolte 2005, 130].

Heutzutage ist es oft der Fall, dass politische Auftritte in der Politik mit den Unterhaltungsshows zusammengebracht werden. Ein Beispiel dafür ist Bill Clintons Besuch bei der Latenight Show von Larry King. Diese Vermischung von Politik und Unterhaltung wird „*Politainment*“ genannt. „Politainment bezeichnet eine bestimmte Form der öffentlichen, massenmedial vermittelten Kommunikation, in der politische Themen, Akteure, Prozesse, Deutungsmuster, Identitäten

und Sinnentwürfe im Modus der Unterhaltung der neuen Realität des Politischen montiert werden. Diese neue Realität konstituiert den Erfahrungsraum, in dem den Bürgern heutzutage typischerweise Politik zugänglich wird.“ [Dörner 2001, 31].

*Personalisierungen* machen die Medienberichterstattung in der politischen Kommunikation wahrscheinlicher. Personalisierung bedeutet, dass identifikationsfähige Politiker in den Vordergrund der politischen Kommunikation gestellt werden. Wenn Parteien für Rezipienten abstrakte Gebilde sind, ist die Identifikation mit einzelnen Politikern viel einfacher, weil Menschen mit Wünschen, Fehlern und Eigenschaften ausgestattet sind und das Handeln eines Menschen das Identifikationspotential bietet [vgl. Nolte 2005, 135].

Grundsätzlich geht es den Politikern darum, ihr *Image* zu verkaufen, welches einen positiven Eindruck über die Person vermittelt und ein Identifikationspotential bereitstellt. Da das Image eines Politikers sein öffentliches Bild darstellt und die Form, die von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, soll es einfach und schnell erfassbar sein. Bei dem *Image-Building* geht es darum, ein Persönlichkeitsprofil für einen Politiker zu etablieren. Die Meinungsbildung über Sympathie und Kompetenz eines Politikers ist davon abhängig, wie er in den Medien präsentiert wird.

Der Agenda-Setting-Ansatz wird von der Politik auf ihre Weise angewendet. Drei verschiedene Herangehensweisen werden beim Themenmanagement betrachtet:

„(1) Agenda-Setting: es wird versucht, jene Themen in die Medienberichterstattung zu lancieren oder zu halten, bei denen die eigene Partei bzw. der eigene Kandidat als kompetent gelten.

(2) Agenda-Cutting: Es wird versucht, die Themen aus der Medienberichterstattung fern zu halten oder zu verdrängen, bei denen entweder die eigene Partei oder der eigene Kandidat nicht als kompetent angesehen wird, wohl aber die gegnerische Partei, bzw. der gegnerische Kandidat.



(3) Agenda-Surfing: Wenn das in der Medienberichterstattung vorhandene Themen-Set aufgrund der Ereignisse nicht beeinflusst werden kann, dann wird versucht, das Themen-Set zu eigenem Vorteil zu nutzen.“ [Schenk 2007, 446].

Vor allem ist im Wahlkampf die Beherrschung der Themenagenda sehr wichtig. Dabei geht es insbesondere darum, dass über Themen diskutiert wird, in denen „[...]der eigenen Partei von den Wählern mehr Kompetenzen zugerechnet werden, als anderen Parteien.“ [Nolte 2005, 140]. Aus diesem Grund wird Themenmanagement betrieben, dessen Ziel es ist, bestimmte Themen in den Diskurs zu bringen, die für die eigene Partei vorteilhaft sind. Es werden medial relevante Ereignisse inszeniert, damit das Thema in den Medien vorkommt [vgl. Nolte 2005, 140].

In den letzten Jahren hat das Themen- und Ereignismanagement stark zugenommen und ist professionalisierter geworden. So wird auch von der „*Amerikanisierung*“ oder „*Modernisierung*“ der Wahlkämpfe gesprochen. „Begriffen wird „Amerikanisierung“ als Chiffre für eine systemübergreifende Konvergenzentwicklung im Verhältnis von Politik und Medien.“ [Sarcinelli 2011, 23].

Schon im Jahre 1998 nach dem erfolgreichen Wahlkampf der SPD-KAMPA wurde über eine tiefgreifende Veränderung bzw. „Amerikanisierung“ in der Kampagnenkultur spekuliert [vgl. Sarcinelli 2011, 231].



*Abbildung 6: So will Möllemann die Wahl gewinnen*  
*Quelle: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,59402,00.html>*

Die Verbreitung von aufmerksamkeitsstarken Plakatbotschaften sind weitere Neuerungen in der Wahlkampf-Kommunikation. Ein Beispiel dafür ist das Wahlkampf-Plakat der FDP, das am 12. Januar 2000 auf einer Pressekonferenz vorgestellt wurde [vgl. Abb. 6]. Spiegel-Online schreibt über das Plakat: „Das umstrittenste Großplakat zeigt Adolf Hitler zusammen mit einem Guru und einem Horror-Kultstar und dem Untertitel: "Wenn wir nicht schnell für Lehrer sorgen, suchen sich unsere Kinder selber welche.“ [spiegel.de].

Da es für die meisten Menschen Politik nicht zum Hauptinteressensfeld zählt, ist es entscheidend, über wen es am meistens berichtet wird. Politiker müssen mediengerechtes Auftreten zeigen, symbolische Bilder erzeugen, kameragerecht agieren – mit einem Wort – inszenieren, damit sie Aufmerksamkeit auf sich ziehen können, um schließlich Bekanntheit zu sichern [vgl. Nolte 2005, 145].

### 3. Die Kriegsdarstellung in den Medien

*“The first casualty of war is truth”* – sagte U.S. Senator Hiram Johnson, 1918 [guardian.co.uk]. Dass die Wahrheit tatsächlich immer das erste Opfer eines Krieges ist, lässt sich im folgenden Text feststellen.

Kriege weckten schon immer die Neugier der Menschen. Bereits in der Zeit der Antike gab es Berichte von Feldherren und speziellen Schreibern, die Berichte verfassten. Es wird oft vom Krieg als „Medienereignis“ gesprochen [vgl. Dominnikowski 2004, 60].

Was bedeutet eigentlich die Begrifflichkeit: „Krieg als Medienereignis“? Damit ist gemeint, dass Medien die Wahrnehmung von Kriegen prägen und dass der medial vermittelte Krieg eine eigene Realität besitzt. „Von diesem Bild der Vermittlung hängt ab, ob die Menschen ihn für gerechtfertigt halten oder nicht. Deshalb sind Kriege zunehmend begleitet von dem Bemühen, ihre Darstellung in den Medien zu beeinflussen, ja zu steuern.“ [bpb.de].

Ausgerechnet von diesem Bild der medialen Vermittlung bzw. Kriegsberichterstattung hängt es ab, ob die Öffentlichkeit den Krieg für gerecht hält. Kriegsberichterstattung gibt es seitdem es Kriege gibt. Sie strukturiert zwar die Bilder vom Krieg, aber ob sie tatsächlich der Wahrheit entspricht, ist fragwürdig.

Die Ziele der Kriegsberichterstattung sind bis in die heutige Zeit gültig: den Gegner durch Berichte von der eigenen Stärke einzuschüchtern und ihn gezielt zu verwirren. Alexander der Große führte bei seinen Feldzügen Schreiber mit, die Berichte über erfolgreiche Schlachten verfassten.

In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts gab es einen qualitativen Sprung in der Entwicklung der Kriegsberichterstattung – die Entstehung der publizistischen Medien. Medien werden immer stärker in Kriege involviert, während die Erfolge der Kriegführenden auch von den Fähigkeiten der Öffentlichkeitsarbeit abhängen. Das wird mit dem Wandel in Art und Strategie der Kriegsführung erklärt. Wenn es früher kleine Berufsarmeen waren, die Schlachten schlugen,

sind es heute überwiegend große Freiwilligen- bzw. Wehpflichtarmeen, die gegen einander ziehen. Dafür muss die Bevölkerung entsprechend publizistisch betreut werden. Es ist eine gewisse Synergie zwischen Massenmedien und Massenkrieg festzustellen. Ohne das eine könnte das andere gar nicht existieren. Napoleon Bonaparte hat die Macht der Presse rechtzeitig erkannt und konnte sie erfolgreich nutzen [vgl. Dominnikowski 2004, 62].

Kriegsberichterstatte sind heute vom Militär unabhängige Korrespondenten, die die Armeen begleiten und für ihr Medium über den Krieg berichten. Der erste „Pressekrieg“ ist der Krim-Krieg von 1853-1856, der von vielen Kriegsberichterstatte begleitet wurde. In diesem Krieg gab es noch keine Zensur und Presse lenkung, die erst zum Ende des Krieges, also am 25 Februar 1856 eingeführt wurden. Die Zeit bis zum Ersten Weltkrieg wird als das „Goldene Zeitalter“ der Kriegsberichterstattung bezeichnet [vgl. Knightley 1975, 42].

Mit dem Ersten Weltkrieg beginnt ein neues Zeitalter der Kriegsberichterstattung, in dem die Massenmedien in einer neuen Qualität zu Instrumenten der Massenpropaganda wurden. In Frankreich und Großbritannien entstanden Propagandaapparate, die mit Geheimdienstgeldern bezahlt wurden. Die wichtigste Aufgabe dieser Einrichtungen war Gräuelpropaganda wie z. B. das Gerücht von den Deutschen Soldaten, die angeblich ein belgisches Kind verspeist hätten. Solche „Nachrichten“ wurden ohne eine Hinterfragung nach der Richtigkeit verbreitet. Aus diesem Grund wurden die Meldungen genau wie die verbreitenden Stellen unglaubwürdig. Mit Kriegsbeginn wurde die Zensur eingeführt. „In Deutschland wurde - ebenso wie in England und Frankreich – mit Kriegsbeginn die Pressefreiheit aufgehoben und die Zensur eingeführt. Ausführliche Bestimmungen schrieben den Redaktionen vor, worüber nicht berichtet werden durfte. Dies betraf militärische und strategische Informationen, etwa Schiffsbewegungen oder die Situation der Gummiindustrie, aber auch innenpolitische Zusammenhänge. Der „Burgfrieden“ musste gewahrt bleiben, politische Differenzen im Land waren für die Berichterstattung tabu.“ [Dominikowski 2004, 67].

Die Kontrolle, Lenkung und Beeinflussung der Medien im Ersten Weltkrieg nahm wesentlich zu und entwickelte sich zum Beginn des Zweiten Weltkrieges

zur professionellen Medienarbeit. Die deutsche Propaganda setzte die neuen Medien ein: Rundfunk und Film. Sehr zuvorkommend war das Propagandaministerium gegenüber ausländischen Reportern. Die Reporter wurden nach Deutschland eingeladen, solange noch deutsche Siege vorzuzeigen waren. Für sie gab es keine offizielle Vorzensur, aber es drohten Sanktionsmaßnahmen wie Ausweisung und Inhaftierung bei nicht genehmer Berichterstattung. Publizistisch professionell waren auch die USA. Der Grundsatz „public opinion wins war“ wurde von General Eisenhower geprägt [vgl. Dominikowski 2004, 70]. Ihren militärischen Einsatz begleitete die USA mit einer groß angelegten Public-Relations-Kampagne von der Agentur „Hill & Knowlton“. Die Kriegskorrespondenten waren bei der Weiterleitung ihrer Berichte auf die technischen Einrichtungen der US-Army angewiesen. „So konnten die Zensurstellen sensible Meldungen zurückhalten.“ [Dominikowski 2004, 67].

Auf den regelmäßigen Presskonferenzen wurden den Journalisten trockene und meistens falsche Fakten präsentiert. Aus diesem Grund erhalten die Kriegsberichterstattungen Mythen und falsche Geschichten.

Der Vietnamkrieg wird als „Krieg im Wohnzimmer“ genannt. Erst im Vietnamkrieg kam das Medium Fernsehen zum Einsatz. Damit kennzeichnet dieser Krieg ein wichtiges Ereignis in der Geschichte der Kriegsberichterstattung. Außerdem, war dieser Krieg einer der wenigen Kriege ohne militärische Zensur [vgl. Dominikowski 2004, 71].

Aufgrund der filmtechnischen Probleme, gab es keine Möglichkeit die Kampfszenen zu zeigen. Stattdessen wurden Kämpfe für die Fernsehkamera inszeniert. Obwohl der Vietnamkrieg mit großer Brutalität geführt wurde, bekam er kaum einen Ausdruck in den Medien. Eine Ausnahme bestand in der Veröffentlichung über die Massaker von My Lai am 16. März 1968. Erst anderthalb Jahre später erfuhr die Öffentlichkeit über das Verbrechen der amerikanischen Armee, die innerhalb eines Tages 130 Bewohner eines vietnamesischen Dorfes niedergemetzelt hatte [vgl. Dominikowski 2004, 72].

Aufgrund starker Kritik zogen sich Herausgeber und Kriegsberichterstatter bei blutrünstigen Themen zurück. Viele Reporter, die zu Augenzeugen von Gräueln und Brutalität wurden, behielten bei der Kriegsberichterstattung die Neutralität. Aus diesem Grund war My Lai eine der wenigen Ausnahmen, die die Öffentlichkeit zu sehen bekam. 20-25 Prozent machten die abendlichen Kriegsnachrichten aus Vietnam aus, in denen unter anderem die Bilder von Toten und Kämpfen zu sehen waren, die zum Symbolwert des Dschungelkrieges wurden. Bis heute hält sich der Mythos, dass diese Bilder die Antikriegsbewegung hervorgerufen haben und den Rückzug der USA aus Vietnam bewirkten. Wissenschaftliche Studien belegen aber, dass nur 5-7 Prozent der Kriegsnachrichten von 1968 bis 1973 aus „ungeschminkten“ Bildern des Krieges bestanden [vgl. Abb. 7]. Fast alle abendlichen Kampfübersichten wurden unverändert von der militärischen Pressestelle übernommen.



**Abbildung 7: Vietnamkrieg**

**Quelle:** [http://www.daserste.de/doku/beitrag\\_dyn-uid,be75zh2afkp5ukay-cm.asp](http://www.daserste.de/doku/beitrag_dyn-uid,be75zh2afkp5ukay-cm.asp)

Trotzdem wird behauptet, dass die kritischen Medienbilder und insbesondere die Bilder von My Lai ein wichtiger Faktor für die Entstehung der sensibilisierten Öffentlichkeit waren.

Aus dem Vietnamkrieg zogen die Militärs die Lehre, dass die Kriegsberichterstattung zensiert werden muss. Nur die zensierte Version erlaubt eine Kontrolle über die öffentliche Meinung. Im Golfkrieg 1991 wurden alle Journalisten vom Schlachtfeld ferngehalten und wurden auf die täglichen Lageberichte des US-Militärs verwiesen. Die US-Army hat sich darum bemüht, den Eindruck eines

sauberen Krieges zu übermitteln. Die Live-Übertragung eines Krieges erlebten die Fernsehzuschauer 1991, als es zum ersten Mal möglich war, von dem nächtlichen Bombenangriff auf Bagdad zu berichten.

Der Golfkrieg 1991 wurde propagandistisch vorbereitet. So wurde die britische PR-Agentur „Hill & Knowlton“ im Auftrag der kuwaitischen Regierung beantragt und mit einem Budget von zehn Millionen Dollar ausgestattet, um ein vom Irak geeignetes Feindbild aufzubauen. Dabei wurde die „Geschichte“ produziert, nach der irakische Soldaten 300 Frühgeborene aus Brutkästen gerissen und auf den Steinboden geworfen hätten. Später stellte sich heraus, dass die komplette Geschichte eine PR-Lüge war. Dies beeinflusste stark die öffentliche Meinung [vgl. Dominikowski 2004, 75].

Im Golfkrieg 1991 wurde den Verantwortlichen klar, dass das Fernhalten der Journalisten vom Schlachtfeld auch Nachteile für die Militärs mit sich bringen kann. Außerdem gab es in Folge des Golfkrieges ein Gerichtsverfahren gegen die Behinderung der Berichterstattung. Das bewirkte eine Veränderung der Medienstrategie beim US-Militär. Die Journalisten wurden während des Golfkrieges 2003 bestimmten Truppenteilen zugeordnet: „embedded journalism“. „Dies ist aber wohlgerneht keineswegs gleichzusetzen mit offener und unabhängiger Berichterstattung, denn einerseits wird das, was die Journalisten zu sehen und zu hören bekommen, in beträchtlichem Umfang vorselektiert und gefiltert, und zum anderen wird gleichzeitig versucht, andere Informationsquellen (feindliche oder unabhängige Medien) zu unterdrücken, um die eigenen Berichte möglichst alternativlos zu machen.“[Dominikowski 2004, 76].

Massenmedien und Massenkrieg stehen in einem wechselseitigen Verhältnis zueinander, aus dem beide Nutzen ziehen. Militärs profitieren von den Medien und verwenden sie für ihre Zwecke. Gleichzeitig waren Kriege für Medien besondere Entwicklungssprünge [vgl. Dominikowski 2004, 80].



#### 4. Der Russland-Georgien-Krieg 2008

Nach dem Zerfall der UdSSR entstanden in den neunziger Jahren allorts Hoffnungen auf ein friedlicheres Zusammenleben der Völker. Nach den Luftangriffen der NATO im Kosovo im Jahr 1999, den Anschlägen auf das Pentagon und das World Trade Centre am 11. September 2001 wie auch die gewaltsame Beseitigung der Taliban-Herrschaft in Afghanistan wurde jedoch klar, dass auch im 21. Jahrhundert, das Zeitalter des weltweiten Friedens nicht bevorsteht [vgl. Löffelholz 2004, 13].



Abbildung 8: The 2008 South Ossetia War

Quelle: <http://offiziere.ch/?p=516>

Der Russland-Georgien-Krieg 2008, auch Kaukasus-Konflikt oder Fünftagekrieg genannt, war ein bewaffneter Militärkonflikt zwischen Georgien und Russland, der in der Nacht vom 7. zum 8. August 2008 eskalierte. In diesem Konflikt ging es um die international nicht anerkannte Republik Südossetien, die zwar völkerrechtlich als Teil Georgiens gilt, aber de-facto unabhängig ist. Ob Südossetien eine autonome Region ist, bleibt bis heute umstritten. Fraglich ist auch die Tat-



sache, wer den Krieg auslöste: die russische oder die georgische Seite. Manche Quellen beschuldigen Georgien, wie z. B. die russische Zeitung „Комсомольская правда“ („Komsomol'skaja pravda“):

„В ночь на 8 августа 2008 года грузинские войска атаковали республику, началась короткая, но кровопролитная война, которая закончилась разгромом Грузии и признанием Москвой независимости Южной Осетии и Абхазии.“ [kp.ru]

„In der Nacht zum 8. August attackierten georgische Truppen die Republik (Südossetien). Es ist ein kurzer, aber blutiger Krieg ausgelöst worden, der zu einem Zusammenbruch Georgiens führte und mit dem Moskauer Bekenntnis zur Autonomie Südossetiens und Abchasiens endete.“[eigene Übersetzung]

Jedoch können die Ursachen des Konflikts nicht auf die Ereignisse im Sommer 2008 beschränkt werden. Die Gründe stehen in einem weit zurückreichenden historisch-politischen Zusammenhang. Um diesen zu verstehen, wird ein kurzer geschichtlicher Rückblick benötigt.

## 4.1 Der geschichtliche Hintergrund

Georgien mit der Hauptstadt Tiflis (Tbilisi) liegt im westlichen und mittleren Teil des Kaukasus und grenzt an die Russische Föderation, Aserbaidshan, Armenien, Türkei und im westlichen Teil an das Schwarze Meer. Georgien schließt die autonomen Republiken Abchasien, Adsharien und das umstrittene Gebiet Südossetien mit der Hauptstadt Zchinwali ein [vgl. Abb. 9].



**Abbildung 9: Landkarte von Georgien**

Quelle: [http://www.worldmapfinder.com/Map\\_Detail.php?MAP=67396&FN=Georgia-Administrative-Map.jpg&MW=3317&MH=1980&FS=476&FT=jpg&WO=0&CE=2&CO=205&CI=0&IT=0&LC=11&PG=1&CS=utf-8&FU=http%3A%2F%2Fmappery.com%2Fmaps%2FGeorgia-Administrative-Map.jpg&SU=http%3A%2F%2Fmappery.com%2Fmap-name%2FGeorgia-Administrative-Map](http://www.worldmapfinder.com/Map_Detail.php?MAP=67396&FN=Georgia-Administrative-Map.jpg&MW=3317&MH=1980&FS=476&FT=jpg&WO=0&CE=2&CO=205&CI=0&IT=0&LC=11&PG=1&CS=utf-8&FU=http%3A%2F%2Fmappery.com%2Fmaps%2FGeorgia-Administrative-Map.jpg&SU=http%3A%2F%2Fmappery.com%2Fmap-name%2FGeorgia-Administrative-Map)

Von Anbeginn an wird die Geschichte Georgiens durch ihre geographische Lage zwischen verschiedenen Machtblöcken bestimmt. Früher waren es die Römer, später die Araber und Byzanz und heute ist es die ehemalige Sowjetunion und die moslemische Welt [vgl. georgienseite.de].

Zwischen 1918 und 1921 war Georgien staatlich unabhängig, bevor das Land ein Teil der Sowjetunion wurde. Südossetien und Abchasien hatten den Status eines autonomen Gebietes und waren ein Teil der georgischen Sowjetunion, hatten aber eigene politisch-administrative Institutionen. Nach dem Zerfall der

Sowjetunion und der damit verbundenen georgischen Unabhängigkeit von 1991 scheiterten die Einigungsversuche zwischen der georgischen Regierung und den beiden Provinzen Südossetien und Abchasien. Aus diesem Grund kam es Anfang der neunziger Jahre zu heftigen Konflikten, bei denen sich Russland gegen Georgien stellte. Georgien verlor die Kontrolle über die Gebiete, in denen weiterhin Georgier mit Ossetiern und Abchasen friedlich zusammenlebten. 1991 bestand noch relativ gute Beziehung zwischen Georgien und Russland. „Nach dem Zerfall der Sowjetunion und der georgischen Unabhängigkeit 1991 bestanden zunächst noch verhältnismäßig enge Beziehungen zwischen Georgien und Russland. Dies nicht zuletzt durch den damaligen georgischen Staatschef und späteren Präsidenten, Eduard Schewardnadse, der in der Zeit unmittelbar vor der Unabhängigkeit Georgiens, von 1985 bis 1990, Außenminister der Sowjetunion gewesen war.“ [georgien-aktuell.de].

Im Jahre 2003 gab es einen gravierenden politischen Umbruch in Georgien, die so genannte „Rosenrevolution“, in der sich die oppositionellen Gruppen zu einer Massenbewegung formierten, um das Land von dem korrupten Regime von Eduard Schewardnadse zu befreien. Nach der offiziellen georgischen deutschsprachigen Internetquelle „georgien-aktuell.de“ stellte sich Russland während des heftigen Konflikts in den neunziger Jahren zwischen südossetischen und abchasischen Separatisten mit Georgien auf die Seite der Separatisten und bot ihnen die russische Staatsbürgerschaft an. „Darüber hinaus bot Russland den Bewohnern Südossetiens und Abchasiens als ehemaligen Bürgern der Sowjetunion im Rahmen einer so genannten „erleichterten Einbürgerung“ die russische Staatsbürgerschaft an. Diese Politik der Einbürgerung von Bewohnern umstrittener Gebiete durch einen der Konfliktpartner gilt als völkerrechtlich unzulässig[...]“ [georgien-aktuell.de].

Mikhaïl Saakaschwili der seit 2004 georgischer Präsident war, erklärte schon bei seinem Amtsantritt die Lösung des Konflikts in Südossetien und Abchasien zu seinem wichtigsten politischen und persönlichen Ziel. Die Osterweiterung der NATO erhöhte das internationale Interesse an einer Lösung dieses Konflikts.

Georgien bemühte sich um den Beitritt in die NATO, was für weitere Spannungen zwischen Russland und Georgien sorgte.

In der Nacht vom 7. zum 8. August brach der Krieg aus, obwohl der georgische Staatspräsident Mikhail Saakaschwili einen einseitigen Waffenstillstand verkündigt hatte [vgl. [georgien-aktuell.de](http://georgien-aktuell.de)].

In den folgenden Kapiteln werden erstmals die Sichtweisen der gegnerischen Seiten, nach den Medienberichten des jeweiligen Landes analysiert.

## 4.2 Die Russische Sicht



Четверг,  
11 августа  
2011 года

[Главная](#)
[Политика](#)
[Экономика](#)
[Мир](#)
[Москва](#)
[Культура](#)
[Общество](#)
[Спорт](#)
[Наука](#)



**ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ**



Битва на  
рейтингах:  
Европа против  
«большой  
тройки»



Народный фронт  
предлагает  
запретить  
продажу  
алкоголя до 21  
года

© 8 августа 2008, 13:11 | Мир

### Грузинские танки "утюжат" столицу Южной Осетии

В Цхинвали вошли грузинские танки, их много, они появились во всех районах города и ведут огонь по зданиям. Спрятавшиеся в подвалах жители столицы Южной Осетии рассказывают, что из укрытий видят гусеницы танков. Очевидцы, однако, сообщают, что в городе еще действует много очагов сопротивления.



(фото Reuters)

В Цхинвали вошли грузинские танки, их много, они появились во всех районах города и ведут огонь по зданиям. Спрятавшиеся в подвалах жители столицы Южной Осетии рассказывают, что из укрытий видят гусеницы танков. Очевидцы, однако, сообщают, что в городе еще действует много очагов сопротивления. Осетины продолжают сопротивляться и бьют по грузинским танкам из гранатометов. Грузинскими истребителями в районе уничтоженного села Хетагурово разбомблена ведущая в Северную Осетию Зарская дорога, так что оставшиеся жители уже не могут покинуть Южную Осетию.

По словам полномочного представителя непризнанной республики в Москве Дмитрия Медоева, Грузия приступила к тактике "выжженной земли", полностью уничтожив несколько населенных пунктов. "Пять населенных пунктов, которые находились на границе с Грузией, полностью стерты с лица земли, сейчас их "утюжат" гусеницы танков", - со скорбью в голосе признал он. Под обломками разрушенных зданий в селах Хетагурово, Дменис, Угут и еще двух населенных пунктов могут находиться люди. "Ситуация в гражданском плане доведена до гуманитарной катастрофы", - сказал Медоев.

"Народ Южной Осетии, в который раз надеясь на Россию, просит у нее помощи перед лицом фашизма и полного уничтожения со стороны Грузии, - цитирует заявление Госкомитета по информации и печати Республики Южная Осетия ИТАР-ТАСС. - Ни в чем не виновные граждане России гибнут в своих домах. И точное число погибших установить невозможно".

**Abbildung 10: Bericht aus der Onlineversion der russischen Zeitung "Izvestija"**  
**Quelle: [http://www.onlinegazeta.info/isvestiya-gazeta\\_online.htm](http://www.onlinegazeta.info/isvestiya-gazeta_online.htm)**

Die Online-Version der russischen Zeitschrift „*Известия*“ („Izvestija“) veröffentlichte einen Artikel mit dem Titel „*Georgische Panzer walzen die Hauptstadt von Südossetien nieder*“ am 08.08.2008 um 13:11 Uhr: „Georgische Panzer drangen bereits in Zchinwali ein, es sind viele, sie sind überall und sie beschießen Gebäude. Ossetier kämpfen dagegen und bringen Granatwerfer zum Einsatz. Georgier zerstörten den Weg nach Nordossetien und deshalb können die gebliebene Bewohner Südossetiens das Krisengebiet nicht verlassen.

„Fünf bewohnte Gegenden, die sich auf der Grenze von Georgien befinden, wurden vom Antlitz der Erde ausgelöscht und gerade werden sie von Panzern niedergewalzt“, so äußert sich Dmitrij Medoev - vollberechtigter Vertreter von Südossetien. „Das Volk Südossetiens hofft um eine Unterstützung von der russischen Seite und bittet um Hilfe gegen den Faschismus und die vollständige Vernichtung durch Georgien“, zitiert das staatliche Komitee für Information und Pressefreiheit Südossetiens. Die unschuldigen russischen Staatsbürger kommen in ihren eigenen Häusern um. Eine genaue Anzahl der Toten ist bisher unbekannt.“ [eigene Übersetzung vgl. [www.izvestia.ru](http://www.izvestia.ru)].

In der wissenschaftlich-analytischen Zeitschrift „*Обозреватель – Observer*“ von Oktober 2008, äußerte sich Dr. Ing. Boris Arsientjevich Gabaraev mit der Überschrift „ОСИТИНСКАЯ ХИРОСИМА, ГРУЗИНСКИЙ БЛИЦКРИГ И РОССИЙСКИЙ РЕНЕССАНС“ („Ossetische Hiroshima, georgischer Blitzkrieg und russische Renaissance“) über die Ereignisse im August 2008: „Die Augen der Welt waren auf Peking gerichtet, da es selbstverständlich war, dass ab 8. August 2008 das Hauptthema die Olympische Spiele in Peking werden. Niemand davor hat die Ruhe während der Olympischen Spiele gestört. Im Gegenteil, es entstand ein Stillstand, wenn während eines Krieges Olympische Spiele stattfanden. Jedoch wurden diesmal die Regeln der heiligen Olympischen Tradition durch Georgien verletzt. Ausgerechnet am ersten Tag der Olympischen Spiele, am 8. August, attackierten georgische Truppen die friedliche Stadt Zchinwali, zuerst angeblich als Antwort auf den Artilleriebeschuss durch Russland, und führten dann mit dem brutalen Sturm auf die südossetische Hauptstadt fort [...]“ [eigene Übersetzung vgl. [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)].



**КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА**  **Москва** не ваш регион? просим сообщить нам

Архив номеров | Подписка  Слушать радио КП

Следите за нами в социальных сетях:    

Политика Экономика **Лето в городе** Москва Ванга Общество Происшествия Культура Звезды Спорт Наука Здоровье Телевидение Актуальное  
Новости Видео KP-AUTO Образование Спецпроекты Ваши права Радио KP Умные вещи Туризм Дача Мода и малыши Сюда Не б

 Гуглик недели: Новый проект KP.RU и Google

**Новости 24**

**Грузия развязала войну в 2008 году, чтобы попасть в НАТО**

Считают в МИДе РФ

Читаю  +1  0

 Я рекомендую  В  +1  Поделиться 0  иди на YANDEX!

Евгения КУЗНЕЦОВА — 14.02.2011 14:39

Грузия спровоцировала военные столкновения с Россией в Абхазии и Южной Осетии в августе 2008 года, чтобы попасть в НАТО, заявил в понедельник директор департамента общеевропейского сотрудничества МИД РФ Владимир Воронков.

"Возможность вступления в НАТО в 2008 году сыграла роль спускового крючка для грузинской агрессии на Абхазию и Южную Осетию. Без такой перспективы Саакашвили никогда бы не решился на подобный шаг", - заявил Воронков, передает РИА "Новости".

 Грузия развязала войну в 2008 году, чтобы попасть в НАТО  
Фото: Марина ВОЛОСЕВИЧ

Грузия подала заявку на статус кандидата в члены НАТО в апреле 2008 года. В августе того же года начались столкновения между грузинскими и русскими войсками на территории Южной Осетии.

 Водолазы - о ситуации на «Булгарии»: Люди надевали жилеты и выносили двери в каютах...

 Трое школьников разбились в "Жигулях", на ходу занимаясь сексом

 Галкин застукал Малахова в постели с любовницей

Abbildung 11: Bericht aus der Onlineversion der russischen Zeitung „Komsomolskaja Pravda“  
Quelle: <http://www.kp.ru/online/news/831165/>

Die russische Zeitschrift „Komsomolskaja Pravda“ veröffentlichte am 14.02.2011 mit der Überschrift „Georgien löste den Krieg im Jahr 2008 aus, um in die NATO zu kommen“ folgenden Artikel: „Georgien hat einen militärischen Streit mit Russland in Abchasien und Südossetien im August 2008 ausgelöst, um der NATO beizutreten“, erklärte der Direktor von MID RF (Außenministerium der Russischen Föderation), Vladimir Voronkov.

„Die Möglichkeit im Jahr 2008 der NATO beizutreten, spielte die Hauptrolle für die georgische Aggression gegen Abchasien und Ossetien. Ohne diese Aussicht hätte sich Saakaschwili niemals zu einem derartigen Schritt getraut“, erklärte Voronkov, teilt RIA „Novosti“ mit.

Georgien stellte im April 2008 einen Antrag auf die Mitgliedschaft für den Beitritt in die NATO. Im August 2008 kam es zu einem militärischen Konflikt zwischen Georgien und Russland im Gebiet Südossetiens.“[eigene Übersetzung vgl. [www.kp.ru](http://www.kp.ru)].

Nach der Übersetzung erfolgt jeweils die Analyse und Deutung der benutzten Frames.

### **Diagnostic Framing**

In den Berichten der russischen Medien sind die Frames deutlich zu erkennen. Das diagnostic Framing und somit die Problemidentifikation aus der russischen Sicht ist die Unterdrückung der russischen Staatsbürger ossetischer Herkunft. Südossetien hat für Russland einen besonderen Wert, da es als Teil des früheren russischen Imperiums angesehen wird.

### **Prognostic Framing**

Als Lösungsvorschlag sieht Russland die Erklärung der Unabhängigkeit Südossetiens. Die Russen fühlten sich verpflichtet, ihre eigenen Bürger durch die Mobilisierung der Armee zu schützen. Der Einmarsch der russischen Truppen und die Positionierung mehrerer Militärstützpunkte in Georgien galt als notwendige Maßnahme zur Bekämpfung der georgischen „Invasion“ in Südossetien.

### **Motivational Framing**

In dem motivational Framing werden Anreize geweckt, die zur Solidarität der russischen Bevölkerung mit den südossetischen Staatsbürgern aufrufen sollten. Der Hauptgedanke dabei bestand in der Tatsache, dass es für die russische Bevölkerung selbstverständlich sein sollte, sich als Schutzmacht der Südosseten zu verstehen. Der russische Patriotismus sollte dabei geweckt werden. In der Zeitung *Izvestija* wird gezielt ein Bild der jubelnden georgischen Panzertruppen dargestellt um einen negativen Eindruck von Georgien zu präsentieren.



### 4.3 Die Georgische Sicht



ბანკი

ბანკი

14 აგვისტო 2011 კვირა - 23:08

საზელი

შესვლა

რეგისტრაცია

პაროლის შეცვლა

ჩვენ შესახებ

წილობრივი

პრესკონფერენცია

ფოტოგალერეა

რეკლამა

ფოტოკონკურსი

ვიდეოგალერეა

მთავარი გვერდი

პოლიტიკა

საზოგადოებრივი

ეკონომიკა

სპორტი

სპორტი

მსოფლიო

შემთხვევა

კონფლიქტები

სამართალი

სამხედრო

მედიცინა

შეკითხვა ექიმს

ტექნოლოგიები

მასმედია

კულტურა/მოუზიკა

მოზაიკა

წიგნები

უძრავი ქონება

მკითხველის ამბები



საქართველო მატარებლის მიწათმფლობელი

პოლიტიკა

09:50 / 08-08-2011

აგვისტოს ომიდან სამი წელი გავიდა



2008 წლის აგვისტოს ომიდან სამი წელი გავიდა. რუსული ინტერვენციის შედეგად დაიღუპა საქართველოს 228 მშვიდობიანი მოქალაქე, 170 სამხედრო პირი, 14 პოლიციელი. დაკარგულად მიიჩნევა 8 ჯარისკაცი. დაღუპულთა შორის არიან ჟურნალისტებიც. სახლები დატოვა თითქმის 150 ათასმა ადამიანმა. მათგან დღემდე დევნილობაში რჩება 30 ათასამდე.

2008 წლის დასაწყისიდან მოვლენები შედარებით მშვიდად ვითარდებოდა. მოსკოვის, მისი მარიონეტული რეჟიმებისა და თბილისის მხრიდან პერიოდულად ვითარების დამაბნელებელი მცდელობისა და პროვოკაციების თაობაზე ურთიერთბრალდებები ისმოდა.

ქართულ-რუსული ურთიერთობები განსაკუთრებულად ნატო-ს ბუქარესტის სამიტის შემდეგ დაიძაბა. სამიტზე, რომელიც 2008 წლის აპრილის პირველ რიცხვებში გაიმართა, ალიანსის წევრი სახელმწიფოების ლიდერებმა ღიად განაცხადეს, რომ საქართველო ნატო-ს წევრი აუცილებლად გახდება.

განცხადებამ რუსეთის უკიდურესი გაღიზიანება გამოიწვია. ქვეყნის საგარეო საქმეთა მინისტრმა სერგეი ლავროვმა განაცხადა, რომ მოსკოვი ყველაფერს გააკეთებს, რათა საქართველო ნატო-ში არ გაწევრიანდეს. ვლადიმერ პუტინმა კი აღნიშნა, რომ რუსეთს ნატო-ს პოზიციის საპასუხოდ "სამინაო მონახაზები" მზად ჰქონდა.

31 მაისს რუსეთმა, რკინიგზის ხაზის აღდგენის მოტივით, აფხაზეთის დე ფაქტო რესპუბლიკაში სარკინიგზო ჯარები შეიყვანა და სამუშაოები დაგეგმილზე ერთი თვით ადრე, აგვისტოს კონფლიქტის დაწყებამდე ერთი კვირით ადრე დაასრულა.

პარალელურად, მწვავედებოდა ვითარება ცხინვალის რეგიონში. ქართული სოფლების დაბომბვა თითქმის ყოველდღე მიმდინარეობდა.

სახლი ოპერასთან

OPERA RESIDENCE

IDECO

☎ 2 998 558

☎ 577 250 250

ბოლო სიახლეები

16:59 / 14-08-2011

"სახალხო კრება" ბადრი ბიწაძის სასამართლო პროცესის დაჩქარებულად წარმართვას აპროტესტებს

16:58 / 14-08-2011

ნინო ბურჯანაძე - მაქს სერიოზული ინფორმაცია, რომ ჩემი შეილების მიმართ პროვოკაციები მზადდება

16:52 / 14-08-2011

ლორთქიშვილი

ლელა ჯაფარიძე  
ნორმალურად ჩაგმა დაიწყო

15:43 / 14-08-2011  
კახეთში ავტოსაგზაო შემთხვევას ორი ადამიანი ემსხვერპლა

**დღის ყველა სიახლე**

**ვალუტის კურსი**  
14/08/2011

	1 USD	1.6498
	1 EUR	2.3478
	100 RUB	5.6030

**რომელ ხსნად ყავას ანიჭებთ უპირატესობას?**

- ☐ NESCAFE
- ☐ PELE
- ☐ JACOBS
- ☐ TCHIBO
- ☐ CART NOIRE
- ☐ DAVIDOFF
- ☐ MAXWELL HOUSE
- ☐ MACCOFFEE
- ☐ MOUNT HAGEN
- ☐ არ ვსვამ ხსნად ყავას

ხმის ჩივილი    შედეგები

თბილისი, ტელ: 99

**ისტორიანი**

  
"ნაციტი N2" - რუდოლფ ჰესი

  
კაცი, რომელსაც ხელთ ეჭრა მსოფლიოს ბუდი

**SPORTALL**

  
დღინამდელი მსოფლიოს ჩემპიონია



30 ივლისს რუსეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრომ საგანგებო განცხადება გაავრცელა, რომელშიც ნათქვამი იყო, რომ საქართველოსა და ე.წ. სამხრეთ ოსეთს შორის შეიარაღებული დაპირისპირების დაწყების საფრთხე რეალური იყო.

ოსურ შეიარაღებულ ფორმირებასა და ქართველ ძალოვანებს შორის ყველაზე სერიოზული შეტაკება პირველ აგვისტოს მოხდა, რომლის შედეგადაც, 6 შეიარაღებული ოსი დაიღუპა, 7 კი დაიჭრა. შეტაკების შემდეგ კვლავ გაგრძელდა ნულის, ავნევის, დვანის და სხვა ქართული სოფლების დაბომბვა. 7 აგვისტოს ცხინვალში დე ფაქტო ვიცე-პრემიერ ბორის ჩოჩიევთან მოლაპარაკების გასამართად რეინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრი თემურ იაკოშაშვილი გაემგზავრა. შეხვედრას უნდა დასწრებოდა რუსეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს საგანგებო დაავლუბათა ელჩი იური პოპოვი, თუმცა, მან ავტომობილის დაზიანება მოიმიზეზა და თბილისიდან ცხინვალში აღარ ჩავიდა. იაკოშაშვილმა მხოლოდ რუსი სამშვიდობოების სარდალთან, მარატ კულახმეტოვთან შეხვედრა მოახერხა და ცხინვალში მალე დატოვა.

8 აგვისტოს დამეს საქართველოს შეიარაღებული ძალები სეპარატისტული ცხინვალის ფორმირებებთან და რუსულ არმიასთან კონფლიქტში ჩაება. საქართველოს ტერიტორიაზე როკის გვირაბის გავლით და ფსოუს საზღვრიდან 15 ათასამდე რუსი სამხედრო შემოვიდა.

ქართულმა შენაერთებმა ცხინვალში დაიკავეს, თუმცა, რუსული ავიაციის იერიშების შემდეგ უკან დაიხიეს. რუსულმა ავიაციამ საჰაერო იერიშები მიიტანა საქართველოს სხვადასხვა ქალაქებში განთავსებულ სამხედრო ბაზებსა და აეროდრომებზე. ორჯერ დაიბომბა გორი, მათ შორის სამხედრო ბაზის ტერიტორია. რუსულმა ავიაციამ თბილისის ვაზიანის ბაზა, სავიაციო ქარხანა, ქვიშაიანის მთაზე მდებარე რადარიც დაბომბა. დაიბომბა ფოთის პორტი, სენაკისა და მარნეულის სამხედრო ბაზები. რუსეთის 58-ე არმიამ, ცხინვალისა და სოხუმის რეჟიმების მიერ კონტროლირებად ტერიტორიებთან ერთად, ახალგორის რაიონი, ზემო აფხაზეთი, ზუგდიდი, გორის რაიონის რამდენიმე სოფელი, საჩხერის რაიონის სოფელი პერევი დაიკავა.

აქტიური საბრძოლო მოქმედებების შეწყვეტა საფრანგეთის პრეზიდენტის, ნიკოლა სარკოზის ჩარევის შედეგად მოხერხდა. სარკოზიმ 12 აგვისტოს 6-პუნქტიანი სამშვიდობო გეგმა ჯერ მოსკოვში, შემდეგ კი თბილისში შეათანხმა. 8 სექტემბერს კი, მედვედევთან და სააკაშვილთან სამშვიდობო გეგმის ახალი დეტალები დააზუსტა.

რუსეთის პრეზიდენტმა დიმიტრი მედვედევმა აფხაზეთისა და ე.წ. სამხრეთ ოსეთის დამოუკიდებლობის აღიარების ბრძანება 26 აგვისტოს გამოსცა.

8 სექტემბრის შეთანხმების მიხედვით, რუსულ შეიარაღებულ შენაერთებს კონფლიქტის ზონების გარეთ მდებარე ტერიტორია ერთი თვის ვადაში უნდა დაეტოვებინათ. პირველი ოქტომბრიდან კი, საქართველოში პატრულირება ევროკავშირის დამკვირვებლებმა დაიწყეს.

რუსული ჯარების გაყვანის პროცესის შესამოწმებლად გორის რაიონს 10 ოქტომბერს საფრანგეთის საგარეო საქმეთა მინისტრი ბერნარ კლემერი ეწვია და რამდენიმე სოფელში ჩავიდა. მისი შეფასებით, მოსკოვმა შეთანხმება მხოლოდ ნაწილობრივ შეასრულა. რუსი ოკუპანტები კვლავ რჩებოდნენ სოფელ პერევიში, რომელიც 2010 წლის 18 ოქტომბერს დატოვეს.

**Abbildung 12: Bericht aus der Onlineversion der georgischen Zeitung „Ambebi“**  
Quelle: <http://www.ambebi.ge/politika/39863-agvistos-omidan-sami-tseli-gavida.html>

Die Online-Version der Georgischen Zeitung „*Ambebi*“ veröffentlichte folgenden Artikel mit der Überschrift: „*Drei Jahre nach dem August-Krieg*“.

„Drei Jahre sind nach dem Russland-Georgien Krieg vergangen. Nach der russischen Intervention sind 228 Zivilisten, 170 Soldaten und 14 Polizeiangestellte ums Leben gekommen. Darunter gibt es Journalisten. Acht Soldaten sind spurlos verschwunden. 150 Tausend Menschen haben ihre Häuser verlassen. Es werden 30 Tausend Flüchtlinge gezählt.

Seit dem Frühjahr 2008 haben sich die Ereignisse ziemlich ruhig entwickelt. Zwischen der Moskauer Marionettenherrschaft und Tiflis gab es regelmäßige Spannungen und provokative gegenseitige Beschuldigungen.

Nach dem NATO Gipfeltreffen in Bukarest haben sich die russisch-georgischen Beziehungen besonders verschärft. Auf dem Gipfeltreffen im April 2008 verkündeten die Staatsoberhäupter und NATO-Mitglieder, dass Georgien unbedingt ein NATO-Mitglied wird.

Diese Behauptung löste eine große Verärgerung in Russland aus. „Moskau wird alles dafür tun, damit Georgien keine Mitgliedschaft in der NATO erhält“, so äußerte sich der Außenminister Russlands, Sergej Lavrov. Außerdem bemerkte Vladimir Putin, dass Russland bereits einen „Entwurf“ als Antwort an die NATO bereitgestellt hat.

Am 31. Mai 2008 führte Russland, unter dem Vorwand der Reparatur der Eisenbahn, die Eisenbahnpioniertruppen in die de-facto Republik Abchasien ein. Dies geschah einen Monat vor den tatsächlich geplanten Eisenbahnarbeiten. Die Arbeiten wurden bereits eine Woche vor dem August-Konflikt abgeschlossen.

Gleichzeitig hat sich die Situation in Zchinwali verschlechtert. Fast täglich wurden die georgischen Dörfer beschossen und bombardiert.

Am 30. Juli 2008 hat das russische Außenministerium einen Ausnahmezustand verkündet. Es wurde eine militärische Konfrontation zwischen Georgien und Südossetien bekanntgegeben.

Am 1. August gab es eine gravierende feindliche Begegnung zwischen dem ossetischen Militär und der georgischen Armee, wobei zwei Ossetier ums Leben kamen und sieben verletzt wurden. Nach dem Vorfall vom 1. August wurden die georgischen Dörfer, unter anderem Zculi, Avtsevi, Dvatsi beschossen

und bombardiert. Am 7. August kam es zur Absprache über die Gebietsverwaltung zwischen dem georgischen Ministerpräsidenten Temur Jakobaschwili und dem de-facto ossetischen Vizevertreter Boris Tschotschijew in Zchinwali. Der Bevollmächtigte für Ausnahmezustände des russischen Ministeriums Juri Popov sollte ebenso an diesem Treffen teilnehmen. Er entschuldigte sich jedoch mit einem Automobilschaden und konnte deshalb nicht aus Tiflis nach Zchinwali kommen. Jakobaschwili konnte sich nur mit dem Vertreter der russischen Friedensmission Marat Kulakhmetov treffen und verließ danach eilig Zchinwali.

In der Nacht zum 8. August geraten georgische Militärsoldaten in einen Konflikt mit bewaffneten Separatisten aus Zchinwali und mit der russischen Armee. 15 Tausend russische Militärsoldaten marschierten durch den Roki-Tunnel und über die Grenze Psou auf das georgische Territorium.

Die georgische Armee besetzte zuerst Zchinwali, zog sich aber nach dem russischen Luftfahrtangriff zurück. Russische Luftangriffe gab es in vielen georgischen Städten, in denen Militärstützpunkte und Flugplätze lagen. Die Stadt Gori wurde zweimal bombardiert und die dort vorhandene Militärbasis ebenfalls. Außerdem haben russische Flugzeuge die Basis Vasiani in Tiflis, die Luftfahrzeugfabrik, die Radarstation auf dem Kvischiani Berg, den Hafen in Poti, die Basis in den Orten Senaki und Marneuli bombardiert.

Die 58. russische Armee in Zusammenarbeit mit ossetischen Truppen aus Zchinwali und Suchumi nahmen die Gebiete Achalgori, Zemo Abchaseti, Zugdidi, einige Dörfer neben der Stadt Gori und das Dorf Perevi.

Dank der Einmischung des Französischen Präsidenten Nikolas Sarkozy wurden die militärischen Aktivitäten eingestellt. Der von ihm aufgestellte Friedensplan, der sechs Punkte beinhaltete, wurde erst in Moskau präsentiert und anschließend mit Tiflis abgesprochen. Am 8. September wurden neue Details zum Friedenspakt zwischen Medwedew und Saakaschwili genauer festgelegt.

Am 26. August gab der Präsident Dmitrij Medwedew einen Befehl über die Anerkennung der Unabhängigkeit Abchasiens und Südossetiens als autonome Republiken aus.

Laut Vereinbarung vom 8. September sollten die russischen Truppen innerhalb von einem Monat das georgische Territorium verlassen. Ab dem 1. Oktober ha-

ben die EU-Vertreter mit einem Streifengang auf den georgischen Gebieten begonnen.

Um den Rückzug der russischen Truppen zu kontrollieren, reiste Frankreichs Außenminister Bernar Kuschner am 10. Oktober nach Georgien. Er hat einige Dörfer besucht. Nach seiner Aussage wurde die Vereinbarung von der russischen Seite nur teilweise erfüllt. Russische Besatzer hielten sich weiterhin im Dorf Perevi auf, das sie erst am 18. Oktober 2010 verlassen haben.“ [eigene Übersetzung vgl. [www.ambebi.ge](http://www.ambebi.ge)]

### **Diagnostic Framing**

Die georgische Seite beschuldigt die Russen, den Konflikt ausgelöst zu haben. Georgier behaupten, dass Russen die südossetischen Separatisten aufgestachelt haben und anschließend in das georgische Territorium eingedrungen sind. Südossetien gilt als eine autonome Region des georgischen Staatsgebietes und wird als ein Teil Georgiens angesehen. Das Betreten des georgischen Territoriums durch die russische Armee hat weitere militärische Schritte von georgischer Seite hervorgerufen.

### **Prognostic Framing**

Aus georgischer Sicht ist die Wiederherstellung der georgischen Staatsgrenzen einschließlich Südossetiens für die vollständige Lösung des Konflikts notwendig. Russland sollte die Anerkennung der Autonomie Südossetiens revidieren und dieses Gebiet an Georgien zurückgeben. Damit wird die staatliche Souveränität Georgiens nicht weiter verletzt.

Außerdem, erhofft sich Georgien eine Unterstützung von NATO-Streitkräften durch den Beitritt in die NATO. Dies würde die Überlegenheit der russischen Armee relativieren und Georgien würde als Verbündeter der westlichen Nationen auftreten.

### **Motivational Framing**

In dem motivational framing wird der georgische Patriotismus als Anreiz zum Handeln gesehen. Georgien möchte sich als Teil der westlichen Wertegemeinschaft darstellen und versucht die Sympathie im Westen zu gewinnen. Das Hervorheben der demokratischen Grundideen der Souveränität und Rechtstaatlichkeit sollten als motivierende Anreize gelten. In dem georgischen Bericht wird

gezielt das Bild eines brennenden Dorfes mit dem davorstehenden russischen Panzer aufgeführt.

#### **4.4 Die westliche Sicht auf den Kaukasuskrieg 2008**

##### **4.4.1 Deutsche Sicht**

Laut einem Bericht der „Süddeutschen Zeitung“ von 17.08.2008 besuchte Angela Merkel erst den russischen Präsidenten Dmitrij Medwedew in Sotschi und direkt danach fuhr sie nach Tiflis, um sich mit den georgischen Staatschef Michail Saakaschwili zu treffen. "Die Reise ist deshalb notwendig, weil ich Georgien in seiner schwierigen Lage Unterstützung signalisieren will", sagte Merkel [vgl. [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)]. Außerdem fordert die Kanzlerin den Abzug der russischen Truppen [vgl. [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)].

Laut einem Artikel aus „Spiegel Online“ vom 23.08.2008 bezieht die Bundeskanzlerin Angela Merkel folgende Position: „Die Kanzlerin hat im Kaukasus-Konflikt nach SPIEGEL-Informationen ein Treffen der Nachbarn Georgiens angeregt - doch Russland soll dort nicht mitreden.“ [www.spiegel.de].

Deutschland möchte Georgien beim Wiederaufbau helfen und die Flüchtlingsnot beseitigen [vgl. [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)].

##### **Diagnostic Framing**

Aus der deutschen Sicht ist eine Neutralität zu erkennen, indem die Bundesrepublik beiden Seiten die Schuld an dem Konflikt zuweist.

##### **Prognostic Framing**

In dem prognostic Framing wird keine konkrete Lösung von der deutschen Seite vorgeschlagen. Eine optimale Lösung sieht Deutschland in einer diplomatischen Verhandlung zwischen den Konfliktparteien.

Deutschland fordert den Abzug der russischen Truppen aus Georgien. Außerdem wird die humanitäre Hilfe für die georgische Bevölkerung angeboten.



## Motivational Framing

Von der deutschen Seite wird zum Frieden, zur Verhandlung und zur anschließenden Wiederaufbau aufgerufen.

### 4.4.2 Amerikanische Sicht

Die amerikanische Sicht auf den Kaukasuskrieg im August 2008 ist in dem Film „Five days of War“ [vgl. Abb. 13] von Renny Harlin deutlich zu erkennen. Es handelt sich um den fünftägigen militärischen Konflikt zwischen Georgien auf der einen Seite und einem Militärbündnis, bestehend aus Russland und Südossetien auf der anderen Seite. Der junge Kriegskorrespondent reist mit seinem Kollegen, einem Kameramann, nach Georgien in der Zeit der sich verschärfenden diplomatischen Krise, um über die Kriegsereignisse in der Konfliktzone an die Organisation für Menschenrechte zu berichten.



Abbildung 13: „5 Days of War“

Quelle: <http://www.imdb.com/title/tt1486193/>

Die Separatisten, die von der russischen Regierung eine militärische Unterstützung bekommen, beginnen eine Intervention in das georgische Territorium. Das Tragische wird in dem Film durch das brutale Massaker an der zivilen georgi-

scher Bevölkerung geschildert. Dabei kämpfen die Soldaten Georgiens patriotisch gegen die Armee Südossetiens und den von Russland angeheuerten Zeitsoldaten um die Freiheit ihres Landes.

Der georgische Präsident Mikhail Saakaschwilli erhofft sich eine westliche Unterstützung, da er alleine nicht in der Lage ist, die demokratische Souveränität seines Landes zu verteidigen. Der Westen reagiert eher zurückhaltend und lässt Georgien den Konflikt mit eigenen Kräften bewältigen, wobei die Todeszahl der Zivilisten permanent ansteigt.

Der Film „Five days of war“ präsentiert die Sicht auf den Kaukasuskonflikt von 2008 aus dem US-amerikanischen Blickwinkel. Die Darstellung ist von einer klaren Subjektivität geprägt und schildert das Kriegsoffer Georgiens in einem ungleichen Kampf mit der überlegenen Armee Russlands.

Der Film wurde in den Medien kritisiert und gilt als eine einseitige Sicht, die von amerikanischen Medien veröffentlicht wurde.



HOME PAGE
MY TIMES
TODAY'S PAPER
VIDEO
MOST POPULAR
TIMES TOPICS

The New York Times
Europe

WORLD
U.S.
N.Y. / REGION
BUSINESS
TECHNOLOGY
SCIENCE
HEALTH
SPORTS
OPINION

AFRICA
AMERICAS
ASIA PACIFIC
EUROPE
MIDDLE EAST


www.cia.gov
NATIONAL CLANDESTINE SERVICE CAREERS

## Russia and Georgia Clash Over Separatist Region

By MICHAEL SCHWIRTZ, ANNE BARNARD and C. J. CHIVERS  
Published: August 8, 2008

GORI, [Georgia](#) — [Russia](#) conducted airstrikes on Georgian targets on Friday evening, escalating the conflict in a separatist area of Georgia that is shaping into a test of the power and military reach of an emboldened Kremlin. Earlier in the day, Russian troops and armored vehicles had rolled into [South Ossetia](#), supporting the breakaway region in its bitter conflict with Georgia.


[Enlarge This Image](#)



Gleb Garanich/Reuters

Georgian soldiers near a bombed building in Gori on Saturday. [More Photos »](#)

### Multimedia



[Slide Show](#)  
[Conflict in South Ossetia](#)

The United States and other Western nations, joined by [NATO](#), condemned the violence and demanded a cease-fire. Secretary of State [Condoleezza Rice](#) went a step further, calling on Russia to withdraw its forces. But the Russian soldiers remained, and Georgian officials reported at least one airstrike, on the Black Sea port of Poti, late on Friday night.

Russian military units — including tank, artillery and reconnaissance — arrived in Tskhinvali, the capital of South Ossetia, on Saturday to help Russian peacekeepers there, in response to overnight shelling by Georgian forces, state television in Russia reported, citing the Ministry of Defense. Ground assault aircraft were also mobilized, the Ministry said.

Also on Saturday a senior Georgian official said by telephone that Russian bombers were flying over Georgia and that the presidential offices and residence in Tbilisi had been evacuated. The official added that Georgian forces still had control of Tskhinvali.

TWITTER
LINKEDIN
SIGN IN TO E-MAIL OR SAVE THIS
PRINT
SINGLE PAGE
REPRINTS
SHARE

THE TREE OF LIFE  
NOW PLAYING

Abbildung 14: „Russia and Georgia clash over separatist region“

Quelle: <http://www.nytimes.com/2008/08/09/world/europe/09georgia.html?ref=southossetia>

Die US-Amerikanische Tageszeitung *New York Times* veröffentlichte am 08.08.2008 folgenden Artikel:

„[...] Die Vereinigten Staaten von Amerika und die anderen westlichen NATO-Mitglieder verurteilten Gewalt und forderten einen Waffenstillstand in Georgien. Die Außenministerin von den USA Condoleezza Rice ging einen Schritt weiter und forderte Russland auf, seine Militärtruppen zurückzuziehen. Aber die russischen Soldaten blieben in Georgien. Die georgischen Beamten berichteten von mindestens einem Luftangriff auf den Hafen von Poti am späten Freitagabend [...].

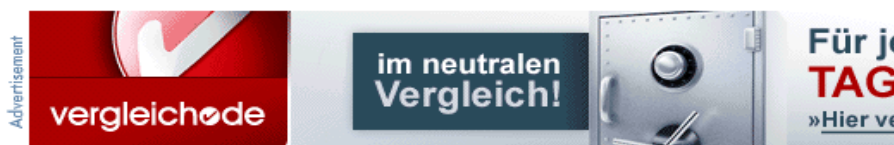
Keine der beiden Seiten zeigte ein Anzeichen vom Rückzug. Ministerpräsident Russlands Vladimir Putin teilte mit, dass „der Krieg begonnen hat“. Der georgische Präsident Mikhail Saakaschwilli warf Russland eine „gut geplante Invasion“ vor und mobilisierte das georgische Militär. Es gab Anzeichen von einer Cyberkriegführung-Kampagne, in der georgische Webseiten zeitweise Abstürze erlebten. [...].

Der militärische Einmarsch in Georgien hat die Entschlossenheit und Zuversicht von Kreml, aber auch eine Prüfung von Fähigkeiten des russischen Militärs gezeigt. Während zwei seiner Amtszeiten als Präsident versuchte Putin die Umrüstung und Modernisierung der Armee durchzuführen[...].

Saakaschwilli, ein enger Verbündeter der USA, erhoffte sich die Mitgliedschaft in NATO und wurde deshalb vom Kreml verabscheut. Er bezeichnet sich als einen Sprecher für demokratische Bewegungen und für die Anpassung Georgiens an den Westen[...]“[eigene Übersetzung vgl. [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)].

# The Washington Post

[In the News](#)
[Reese Witherspoon](#)
[Droid Bionic](#)
[GOP debate](#)
[Delhi](#)
[Russia jet crash](#)



washingtonpost.com > Opinions

## LETTERS TO THE EDITOR

### Disinformation on the War in Ossetia

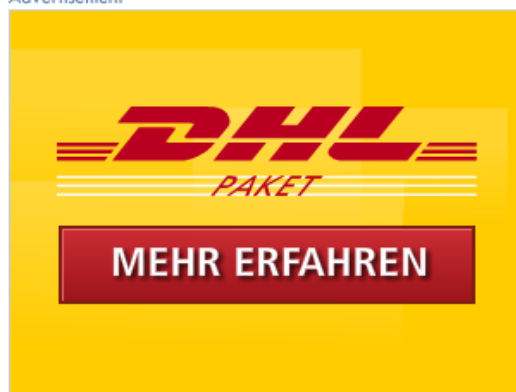
Wednesday, December 31, 2008

On Aug. 15, The Post published an op-ed ["[A Free Press? Not This Time](#)."] by Olga Ivanova, a Russian graduate student at Duquesne University who at the time was a Post intern. In it, without attribution to any specific source, Ms. Ivanova wrote this about the war between Georgia and Russia in Ossetia: "Within hours, Georgian troops destroyed Tskhinvali, a city of 100,000, and they killed more than 2,000 civilians."

On Dec. 23, an official Russian investigation concluded that in fact only 162 civilians had been killed by Georgian forces and that Tskhinvali had been lightly damaged, not "destroyed." Ms. Ivanova's misstatements, at the core of her opinion piece, are deeply troubling.

Although she did not disclose it, the only source she had for her claim was the Kremlin itself, hardly a reliable source, and there was no reason other than blind Russian nationalism to believe it at the time. The claim of 2,000 civilians killed was immediately discredited by many and has since been conclusively repudiated. Yet, Ms. Ivanova chose to offer it as fact.

Advertisement



It's highly ironic that Ms. Ivanova dared to attack as anti-Russian the quality of American reporting on this event when her own fact-finding was so shabby and partisan. Russian intelligence agencies have been working to disseminate disinformation about the military campaign, which has been rightly condemned across the globe, and the risks of such activity should have been more apparent to Ms. Ivanova.

KIM ZIGFELD

New York

Abbildung 15: „Disinformation on the war in Ossetia“  
 Quelle: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/12/30/AR2008123002852.html>

Am 15.08.2008 veröffentlichte Washington Post einen Gastkommentar „*A Free Press? Not this time!*“ von Olga Ivanova, einer russischen Doktorandin an der Duquesne University, die zur damaligen Zeit Praktikantin bei der Washington Post war. In diesem Beitrag schrieb sie über den russisch-georgischen Krieg in Südossetien in Anlehnung an eine unbekannte Quelle: „Innerhalb weniger Stunden zerstörten georgische Truppen die Stadt Zchinwali und töteten dabei 2000 Zivilisten“. [...]

Obwohl sie es nicht zugeben möchte, beruhen ihre Schlussfolgerungen auf den Nachrichten aus Kreml – also einer kaum zuverlässigen Quelle. Es gab keinen anderen Grund, als nur den blinden russischen Nationalismus, um in dieser Zeit daran zu glauben. Die Behauptung, dass 2000 Zivilisten getötet worden, wurde von vielen als unglaublich eingestuft und ist seitdem endgültig zurückgewiesen. Dennoch, entschied sich die Autorin dies als Tatsache anzunehmen.

Es erscheint etwas ironisch, dass Ivanova die Qualität der amerikanischen Berichterstattung als „anti-russisch“ bezeichnet, da ihr eigenes „fact-finding“ recht dürftig ist. [...]

Die russischen Geheimdienste haben daran gearbeitet, die Desinformationen über die militärische Kampagne in Georgien weltweit zu verbreiten.“

[eigene Übersetzung vgl. [www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com)].

### **Diagnostic Framing**

Aus der amerikanischen Sicht wird die Schuld an dem Konflikt der russischen Seite zugewiesen. Es wird davon ausgegangen, dass Georgien seine Autonomie verteidigt und sich gegen die Übermacht des russischen Imperialismus wehrt.

### **Prognostic Framing**

Als möglichen Lösungsvorschlag sieht die US-amerikanische Sicht die Beendigung des Konflikts durch die Ausweitung des NATO-Gebiets auf Georgien. Die Vereinigten Staaten forderten einen Rückzug des russischen Militärs aus dem georgischen Territorium und kritisierten den russischen Imperialismus.

**Motivational Framing**

USA zeigen Solidarität mit Georgien. Sie heben den Schutz der Menschenrechte und des demokratischen Gedanken der Souveränität hervor. Sie betrachten einen möglichen Beitritt Georgiens in die NATO als Schutz von der russischen Übermacht.

## 5. **Fazit: gezielte Medienselektion und gezielt hergestellte Medienwirkung**

In unserem Informationszeitalter sind Massenmedien die Hauptvermittler der täglich benötigten Informationen. Der Gesellschaft wird eine Flut an Informationen angeboten, von denen nur ein Bruchteil von den Rezipienten wahrgenommen wird. Aus diesem Grund stehen die Rezipienten vor der Herausforderung die Informationen zu selektieren, die für sie relevant sind. Bei der Informationsauswahl ist ein wichtiger Aspekt die Glaubwürdigkeit der Information.

Dies liegt an der Tatsache, dass Informationen von Journalisten bearbeitet, eingegrenzt und anschließend in einer bestimmten Perspektive präsentiert werden. Gewisse Themeninhalte werden selektiert und betont und andere treten in den Hintergrund oder werden gar ausgeblendet. In der Politik werden oft „*Überzeugungskommunikationen*“ angewendet, um einen hohen Grad an Glaubwürdigkeit zu erreichen. Inszenierungen spielen eine große Rolle in den Massenmedien und in der Politik.

Informationen über Kriegsverläufe erzeugen Aufmerksamkeit, da sozialen Unruhen generell zu den interessanten Themen zählen. Der Krieg wird von Massenmedien als ein Medienereignis präsentiert und bekommt durch die Veröffentlichung eine eigene Realität für die Rezipienten. Kriege werden in den Medien immer von unterschiedlichen Blickwinkeln der beteiligten Seiten betrachtet. Methoden der Herstellung einer gezielten Medienwirkung finden bei der Kriegsberichterstattung ihre Anwendung.

Am Beispiel des Russland-Georgien-Konfliktes wird deutlich, wie Massenmedien versuchen, auf die Gesellschaft einzuwirken, indem sie ein Ereignis aus einer bestimmten Sicht darstellen.

Der russischen Bevölkerung wurde übermittelt, dass Georgien einen Krieg im Südossetien auslöste und die wehrlosen Zivilisten überfallen hat. Im Gegenzug startete Russland einen Militärzug nach Georgien um die Südosseten, die größtenteils russische Bürger sind, gegenüber den Georgiern zu verteidigen. Dem-

entsprechend zeigen die russischen Medien den Militäreinsatz Russlands als ein notwendiges Mittel für die Verteidigung der eigenen Bevölkerung auf dem ossetischen Territorium.

Der georgischen Bevölkerung wurde der Konflikt aus einer ganz anderen Perspektive dargestellt. Auf einem Gipfeltreffen wurde Georgien der Eintritt in die NATO versprochen, was Russland sehr verärgerte. Daraufhin marschierte die russische Armee in das georgische Territorium ein, wodurch der Konflikt eskalierte. Die russischen Kräfte waren militärisch überlegen, sie bombardierten strategische Stützpunkte und Siedlungen mit Zivilisten, um den Konflikt schnellstmöglich mit Gewalt zu lösen. Der Militäreinsatz Georgiens gegen den großen Nachbar wird als eine Heldentat der georgischen Armee für die Befreiung des eigenen Landes betrachtet.

Aus den übertrieben formulierten Überschriften und Textausschnitten wie *„Georgische Panzer walzen die Hauptstadt von Südossetien nieder“* [vgl. „Izvestija“] oder *„Fast täglich wurden die Georgischen Dörfer beschossen und bombardiert“* [vgl. „Ambebi“], erhält der Rezipient die Information über den Krieg und soll sich eine Meinung bilden.

Da die Aufmerksamkeit der Rezipienten eine knappe Ressource darstellt, versuchen die jeweiligen Massenmedien durch Medienselektion und Mediendeutung diese gezielt zu lenken.

Der russisch-georgische Krieg offenbart exemplarisch die Mechanismen und Instrumente der Massenmedien, um die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu wecken und die gewünschten Motivational Frames zu erreichen.

Es dürfte in der vorliegenden Arbeit deutlich geworden sein, dass die von den Massenmedien propagierte Unabhängigkeit, Objektivität und Neutralität sich in der Praxis als ein Trugbild erweisen.

	vorherrschende Sichtweise in den Medien der Konfliktparteien		vorherrschende Sichtweise in den westlichen Medien	
	russische Medien	georgische Medien	US-amerikanische Medien	deutsche Medien
<b>diagnostic Framing</b>	<p>Nach russischer Sicht sind die Georgier schuldig:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterdrückung russischer Staatsbürger ossetischer Herkunft</li> <li>- Südossetien ist Teil des ursprünglichen russischen Imperiums</li> </ul>	<p>Nach georgischer Sicht ist die russische Seite schuldig:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eindringen ins Georgische Territorium</li> <li>- Zuständig für das Aufstacheln südossetischer Separatisten (russischer Imperialismus)</li> <li>- Südossetien ist autonome Region des georgischen Staates</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schuldzuweisung der Russischen Seite</li> <li>- Verteidigung der Autonomie Georgiens gegen die Übermacht des russischen Imperiums</li> </ul>	<p>Beide Seiten sind schuld</p>
<b>prognostic Framing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unabhängigkeit Südossetiens</li> <li>- Schutz der russisch-ossetischen Staatsbürger durch das russische Militär</li> <li>- Aufbau von Militärstützpunkten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wiederherstellung der georgischen Staatsgrenzen durch das georgische Militär</li> <li>- Beitritt Georgiens zur NATO und Intervention der NATO Streitkräfte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausweitung des NATO-Gebiets auf Georgien</li> <li>- Rückzug des Russischen Militärs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deeskalation</li> <li>- Lösung durch eine Verhandlung</li> <li>- Hilfe für die Georgische Bevölkerung</li> <li>- Abzug der russischen Truppen</li> </ul>
<b>motivational Framing</b>	<p>Aufruf zur Solidarität der russischen Bevölkerung mit den südossetischen Staatsbürgern:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobilisierung</li> <li>- Selbstverständnis der Russen als Schutzmacht der Südosseten</li> <li>- Erbe des russischen Großreichs</li> <li>- Der russische Patriotismus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobilisierung der georgischen Bevölkerung, des georgischen Militärs, georgischer Patriotismus</li> <li>- Gewinnung der Sympathie des Westens</li> <li>- Selbstverständnis Georgiens als Demokratie und als Teil der westlichen Wertgemeinschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidarität mit Georgien</li> <li>- Schutz der Menschenrechte und der Demokratie</li> <li>- Amerikanische Interventionspolitik</li> </ul>	<p>Aufruf zum Frieden, Aufruf zur Verhandlung und zur Wiederaufbau</p>

Tabelle 1: Gegenüberstellung unterschiedlicher Sichtweisen zur Deutung des Konflikts



## Literaturverzeichnis

### Printmedien:

Baringhorst, Sigrid (2004): Strategic Framing. Deutungsstrategien zur Mobilisierung öffentlicher Unterstützung. In: Kreyher, Volker J. (Hrsg.): Handbuch Politisches Marketing. Baden-Baden, 75 – 86.

Bleicher, Joan Kristin (1999): Fernsehen als Mythos – Poetik eines narrativen Erkenntnissystems. Wiesbaden.

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen, 3. Auflage. Konstanz.

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung II. Anwendungen, 2. Auflage. Konstanz.

Bonfadelli, Heinz (2002): Medieninhaltsforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz.

Brosius, Hans-Bernd (1997): Modelle und Ansätze der Medienwirkungsforschung. Überblick über ein dynamisches Forschungsfeld. Bonn.

Dominikowski, Thomas (2004): Massenmedien und Massenkrieg. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden, 59 – 80.

Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt am Main.

Frank, Georg (2000): Jenseits von Geld und Information. In: Kunstform International. Ressource Aufmerksamkeit – Ästhetik in der Informationsgesellschaft, Bd. 148.

Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zu Einführung, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden.

Kepplinger, H.M./Maurer, M. (2005): Abschied vom rationalen Wähler. Warum Wahlen im Fernsehen entscheiden werden. Freiburg/München.

Knightley, Phillip (1975): The First Casualty: The War Correspondent as Hero and Myth-Maker from the Crimea to Kosovo. London.

Liebes, Tamar (1992): Our War / Their War: Comparing the Intifadah and the Gulf War on U.S. and Israeli Television. In: Critical Studies in Mass Communication 9, 44-55.

Lippmann, Walter (1990): Die öffentliche Meinung. Bochum.

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2. erweiterte Auflage. Opladen.

Luhmann, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. 3. Auflage. Wiesbaden.

Löffelholz, Martin (2004): Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden.

Maier M./Stengel K./Marschall J. (2010): Nachrichtenwerttheorie. Baden-Baden.

Maurer, M. (2010): Agenda Setting. Baden-Baden.

McCombs, M. E. /Shaw, D. L. (1972): The agenda-setting function of the mass media. Public Opinion Quarterly.

Müller, Marion G. (1998): Seht mich, liebt mich, wählt mich! Wahlkampf in der ikonischen Öffentlichkeit am Beispiel des Bundestagswahlkampfes 1998. In: Peter Winterhoff Spurk/Michael Jäckel, Politische Eliten in der Mediengesellschaft. Rekrutierung – Darstellung- Wirkung. München.

Nolte, Kristina (2005): Der Kampf um Aufmerksamkeit. Wie Medien, Wirtschaft und Politik um eine knappe Ressource ringen. Frankfurt/Main.

Peters, Hans Peter (1994): Wissenschaftliche Experten in der öffentlichen Kommunikation über Technik, Umwelt und Risiken. In: Sonderheft „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“ der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 34, 162-190.

Pfetsch, Barbara (1997): Öffentliche Aufmerksamkeit, Medien und Realpolitik. Zum Management von Themen in der politischen Kommunikation. Opladen.

Reese, Stephen D. / Gandy, Oskar H. / Grand, August E. (2001): Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World. New Jersey.

Sarcinelli, Ulrich (1998): Politische Inszenierung im Kontext des aktuellen Politikvermittlungsgeschäfts. Arnold, S. R./ Fuhrmeister, C./ Schiller, D. (Hrsg.) Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert. Zur Sinnlichkeit der Macht. Wien/Köln/Weimar, 146-157.

Sarcinelli, Ulrich (2011): Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System. 3., erweiterte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 231.

Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Tübingen.

Scherer, Helmut (1998): Nachrichtenfaktoren. In Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen, 651.

Schicha, Christian (2004): Die Theatralität der Politikvermittlung. Zur Medieninszenierung in der Wahlkampfkommunikation. In: Kreyher, Volker J. (Hrsg.): Handbuch Politisches Marketing. Baden-Baden, 113-124.

Snow, D.A./Bernford, R.D. (1988): Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization. In: Klandermans, B. u.a. (Hrsg.): From Structure to Action: Social Movement Participation Across Cultures. Greenwich, Conn.

Strohmeier, Gerd (2004): Politik und Massenmedien. Eine Einführung. Baden-Baden.

Weischenberg S./Malik M./Scholl A. (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

Wilke, Jürgen (2008): Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte. 2. durchgesehene und ergänzte Auflage. Köln Weimar Wien.

**Internetquellen:**

<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=5135>

[26.06.2011]

<http://www.heise.de/tp/artikel/4/4543/1.html>

[04.07.2011]

<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,grossbild-31573-59809,00.html>

[07.07.2011]

<http://www.kp.ru/daily/24535/679822/>

[09.08.2011]

<http://www.georgienseite.de/index.php?cmd=inhalt&link=geschichte/geschichte.php>

[09.08.2011]

<http://www.georgien-aktuell.de/geschichte/konflikt.html>

[19.08.2011]

<http://www.kp.ru/online/news/831165/>

[11.08.2011]

<http://www.bpb.de/files/4SLZB3.pdf>

[16.08.2011]

<http://www.sueddeutsche.de/politik/der-krieg-im-kaukasus-pendeln-mit-klarem-standpunkt-1.580871>

[19.08.2011]

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,573944,00.html>

[19.08.2011]

<http://elibrary.ru/item.asp?id=13054926>

[10.08.2011]

<http://www.guardian.co.uk/notesandqueries/query/0,5753,-21510,00.html>  
[06.09.2011]

[http://www.onlinegazeta.info/isvestiya-gazeta\\_online.htm](http://www.onlinegazeta.info/isvestiya-gazeta_online.htm)  
[06.09.2011]

<http://www.kp.ru/online/news/831165/>  
[06.09.2011]

<http://www.ambebi.ge/politika/39863-agvistos-omidan-sami-tseli-gavida.htm>  
[08.08.2011]

<http://www.nytimes.com/2008/08/09/world/europe/09georgia.html?ref=southossetia>  
[05.09.2011]

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/12/30/AR2008123002852.html>  
[05.09.2011]

### **Audiovisuelle Medien:**

Film: Renny Harlin [Regie]; Mikko Alanne [Drehbuch]; Ruppert Friend [Darst.]; Emmanuelle Chriqui [Darst.]; Richard Coyle [Darst.]; Dean Cain [Darst.]; Andy García [Darst.]; Val Kilmer [Darst.]: Five Days of War (Five Days of August). Georgien, Vereinigte Staaten, 2011. Drama/Anti-Kriegs/A

## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname